

**PENGARUH PENJUALAN PERSEORANGAN DAN POTONGAN
HARGA TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA PADA
PT. ALFA SCORFII SETIA BUDI
CABANG MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**RIMNA HANDAYNI BARUS
NPM : 07 832 0100**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

2011

UNIVERSITAS MEDAN AREA

JUDUL : PENGARUH PENJUALAN PERSEORANGAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA PADA PT. ALFA SCORPI SETIA BUNYI CABANG MEDAN

NAMA : RIMNA HANDAYANI SARUS
NPM : 07 003 0100
JURUSAN : MANAJEMEN

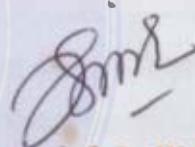
**Menyetujui :
Komisi Pembimbing**

Pembimbing I



(Amrin Maslo U, SE, MM)

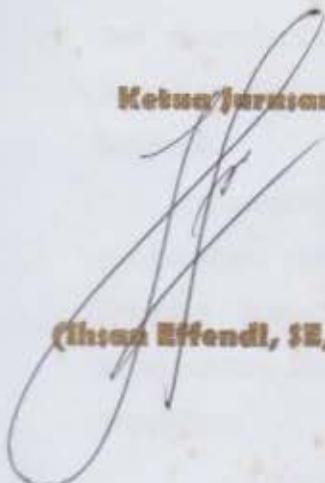
Pembimbing II



(Dra. Imaniah Laili K, MMA)

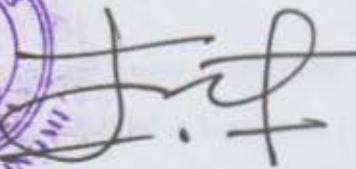
Mengetahui :

Ketua Jurusan



(Hutan Effendi, SE, MSI)

Deban



(Prof. Dr. H. Sya'ad Affuddin, SE, MEd)

Tanggal Lulus :

2011

RINGKASAN

Rimba Handayani Barus. NPM. 078320100. "Pengaruh Penjualan Perseorangan dan Potongan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT. Alfa Scorffii Setia Budi Cabang Medan". Skripsi 2011.

Kata Kunci : Penjualan Perseorangan, Potongan Harga, Pengambilan

Pengambilan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih alternatif. Keputusan-keputusan pemasaran yang sukses memerlukan pemahaman tentang perilaku konsumen. Perilaku konsumen sangat mempengaruhi hidup perusahaan sebagai lembaga yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan mempengaruhi sikap konsumen, para pemasar berharap dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penjualan perseorangan terhadap pengambilan keputusan pembelian sepeda motor yamaha Pada PT. Alfa Scorffii Setia Budi Cabang Medan dan untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap pengambilan keputusan pembelian sepeda motor yamaha Pada PT. Alfa Scorffii Setia Budi Cabang Medan. populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melihat dan membeli di PT. Alfa Scorffii Setia Budi Cabang Medan dengan menyebarkan 3 kuisioner per hari selama 20 hari, jadi penetapan populasinya berjumlah 60. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa pengamatan/*observasi* dan menyebarkan angket pada responden yang dijadikan sampel penelitian. Teknik analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Perusahaan harus menentukan seberapa besar pengaruh penjualan perseorangan dan potongan harga terhadap pengambilan keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat pengaruh penjualan perseorangan maka akan menghasilkan lebih banyak respon penjualan terutama di tujukan untuk dialer perusahaan

KATA PENGANTAR

Puji syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Medan Area.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa didalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu untuk skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan dan bimbingan serta dorongan semangat dari beberapa pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan rasa penghargaan kepada :

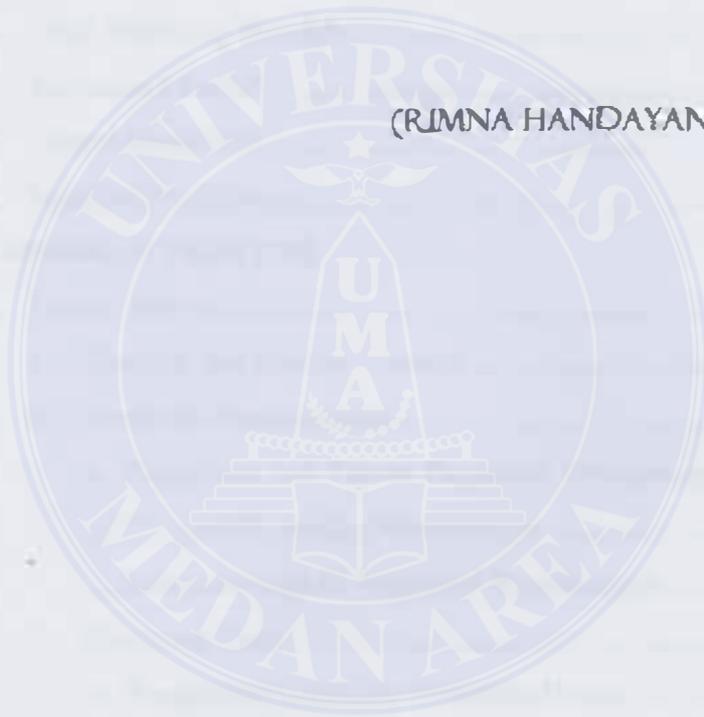
1. Bapak Prof. Dr. H. Ali Ya'kub Matondang, Sag, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Ihsan Effendi, SE, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
5. Bapak Drs. H. M. Akbar Siregar, MSi, selaku Ketua Sidang Meja Hijau.
6. Bapak Arrin Mulia U, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing I telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Ibu Dra. Isnayah Laili KS, MMA selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
9. Bapak pimpinan PT. Alfa Scorpii Setia Budi Cabang Medan yang telah membantu penulis dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
10. Teristimewa saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga buat Ibunda “F. Sipayung” yang penuh kasih sayang membesarkan, mendoakan dan berkorban demi masa depan Ananda.
11. Buat ahangnda dan adinda tercinta “Adven, Irvandi, dan Anes yang telah memberikan semangat, motivasi dan mendoakan saya hingga skripsi ini selesai.
12. Buat Sobatku dan juga teman-teman Jurusan Manajemen Angkatan 2007 “Winda, Endang Liani, Suryati, Silvia G., Dormiantri, Lily Farida, Iful, Nova Indhiani, dan rekan-rekan yang lain jurusan manajemen yang telah memberikan saran dan motivasi hingga skripsi ini terselesaikan.
13. Buat guru-guru kantor “Nina Tarigan, Vidya, Winda, K’ Ami, Dewi, Elma” dan rekan-rekan PERMATA yang telah memberikan dukungan, saran dan motivasi hingga skripsi ini terselesaikan.
14. Buat teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan yang telah mendukung, memotivasi dan mendoakan saya.

15. Buat teman-teman saya “Elisabeth Sianturi, Nelly Siboro, Juliani dan Oktaviani” yang telah memberikan semangat, motivasi dan mendoakan hingga terselesaikannya skripsi ini

Medan, 2011
Penulis

(RIMNA HANDAYANI BARUS)



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teoritis.....	4
1. Promosi dan Bauran Promosi	4
2. Penjualan Perseorangan.....	12
a. Pengertian dan Tujuan Penjualan Perseorangan....	12
b. Ciri-ciri Penjualan Perseorangan	14
c. Langkah-langkah Penjualan Perseorangan	15
3. Potongan Harga	23
a. Pengertian Harga dan Potongan Harga.....	23
b. Faktor-faktor Potongan Harga	24
4. Keputusan Pembelian Konsumen.....	26
a. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen dan Jenis-jenis Perilaku Keputusan Konsumen.....	26
b. Tahap-tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	28
B. Kerangka Konseptual.....	31
C. Hipotesis.....	32

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
B. Populasi dan Sampel.....	34
C. Definisi Operasional.....	34
D. Jenis dan Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Analisis Data.....	37

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	40
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	40
2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	40
3. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab.....	42
4. Penyajian Data Responden Penelitian.....	49
B. Pembahasan.....	57
1. Regresi Linier Berganda.....	57
2. Koefisien Determinasi (R^2).....	59
3. Uji Autokorelasi.....	60
4. Uji Normalitas.....	61
5. Uji Parsial (Uji t).....	64

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

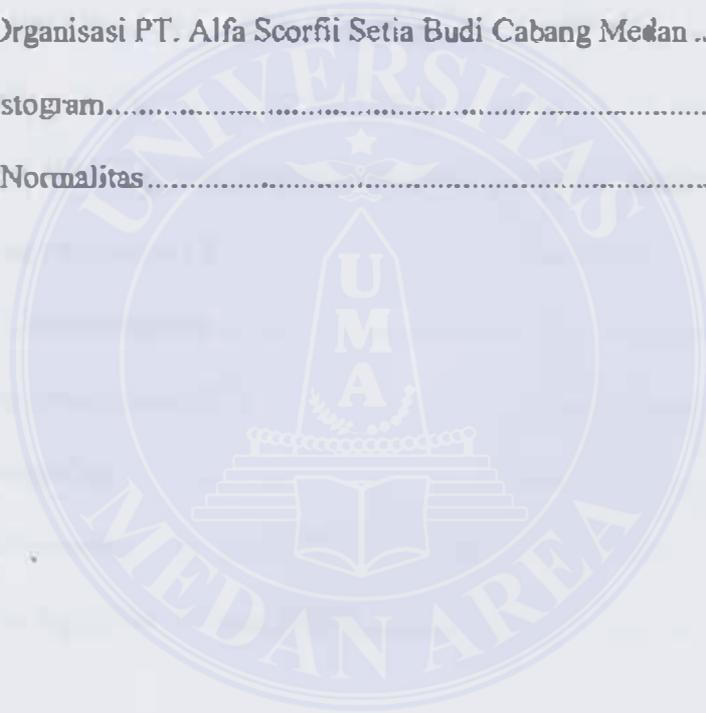
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Hubungan Pelanggan dan Penjual.....	16
2. Proses Pengambilan Keputusan.....	29
3. Langkah-langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	30
4. Kerangka Konseptual	32
5. Struktur Organisasi PT. Alfa Scorpii Setia Budi Cabang Medan	41
6. Grafik Histogram.....	62
7. Hasil Uji Normalitas.....	63



DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Rincian Waktu Penelitian.....	33
2. Instrumen Skala Likert.....	37
3. Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Penjualan Perseorangan (X1).....	50
4. Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Potongan Harga (X2).....	52
5. Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian (Y).....	55
6. Regresi Linier Berganda.....	58
7. Koefisien Determinasi (R^2).....	59
8. Uji Autokorelasi.....	61
9. Tests of Normality.....	64
10. Pengujian Signifikansi Parsial (Uji t).....	65

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peluang industri sepeda motor untuk dapat berkembang didalam negeri cukup besar, karena sepeda motor saat ini telah menjadi salah satu sarana transportasi utama bagi sebagian masyarakat. Akan tetapi, persaingan juga nampaknya akan berlangsung ketat, apalagi dengan masuknya sepeda motor dari Cina yang harganya jauh dibawah harga sepeda motor yang lebih dulu berada dipasaran sehingga perusahaan lebih memfokuskan pada kinerja personal selling.

Penjualan perseorangan merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumen dan diharapkan akan terjadi suatu hubungan atau interaksi positif antara pengusaha dengan konsumennya. Di dalam melakukan penjualan perseorangan hendaknya ada suatu yang wajar, dalam arti para pelaku penjual benar-benar menguasai produk yang ditawarkan dan selain itu juga hindarkan pertakapan yang bertele-tele sehingga tidak menimbulkan kejenuhan atau kebosanan bagi para calon konsumen yang mendengarkan, (Philip Kotler, 2004 : 129).

Penjualan perseorangan merupakan suatu usaha atau strategi dari perusahaan untuk memberikan informasi tentang produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan serta diharapkan dapat mempengaruhi daya tarik dan membujuk konsumen untuk membeli produk perusahaan dengan memberikan potongan harga.

Potongan harga adalah pengurangan harga produk melalui tawaran pembayaran kembali. Takaran ini biasanya meminta konsumen untuk memposkan tanda ke perusahaan manufaktur untuk menerima sejumlah uang. Dalam tahun-tahun belakangan ini potongan harga semakin banyak digunakan oleh produsen barang-barang tahan lama.

Potongan harga yang diberikan oleh produsen atau pemilik barang sebagai imbalan jasa yang dipergunakan oleh pedagang untuk menutupi biaya yang ditanggung maupun laba yang akan diperoleh sehingga konsumen merasa tertarik dan membeli di perusahaan tersebut, (Philip Kotler, 2004 : 439).

Pengambilan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih alternatif. Keputusan-keputusan pemasaran yang sukses memerlukan pemahaman tentang perilaku konsumen. Perilaku konsumen sangat mempengaruhi hidup perusahaan sebagai lembaga yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan mempengaruhi sikap konsumen, para pemasar berharap dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, (Schiffman dan Kanuk, 2004 : 98).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Penjualan Perseorangan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT. Alfa Scorffii Setia Budi Cabang Medan”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan penjelasan di atas, penulis mencoba merumuskan permasalahan sebagai berikut :

UNIVERSITAS MEDAN AREA

DAFTAR PUSTAKA

- Asseal, Hendry, 2001, **Consumer Behaviour and Marketing Action**, Ohio, Sout-Western College Publishing.
- Basu Swasta D.H dan Irawan, 2007, **Manajemen Pemasaran Modern**, Edisi Ketiga. Cetakan I. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Boyd Happer W, Wallket, Orville C dan Larranche, 2005, **Managemen Pemasaran**. Edisi Revisi, Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Crenvas, 2006, **Managemen Pemasaran**, Erlangga Jakarta.
- Gregorius Chandra 2007, **Pemasaran Global**. Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Imam Ghozali. 2005, **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kuncoro, Mudrajad, 2003, **Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi**. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong, G., 2004, **Dasar-Dasar Pemasaran**. Edisi kesembilan Jilid I penerbit PT. Indeks Jakarta
- Lamb dan Joseph F. 2005, **Marketing Management**, Edisi Kedua (Revisi), Penerbit Liberty. yogyakarta.
- Philip Kotler, 2005. **Marketing Management, Analysis, Planning and Control (Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian)**, Terjemahan Herujati & Jaka Wasana, CetakanKeempat, jilidII, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Schifman, Leon G., dan Kanuk, Leslie L. 200), **Consumer Behaviour**, Fifth Edition. Prentice-Hall, Inc. Englewood Cliffs New Jesrey.
- Simamora Hendry, 2004. **Manajemen Pemasaran Internasional**, Jilid Tiga Salemba Empat, Jakarta
- Soekartawi. 2007, **Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern**, Penerbit Pustaka Sinar Harapan, Jakarta
- Sugiyono, 2005, **Metode Penelitian Bisnis**, Cetakan Kedelapan Belas. Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, 2007, **Pemasaran Jasa**, Salemba Empat, Jakarta.

_____, 2004, **Kiat Membuat Rencana Pemasaran Dalam 30 Menit**, Penerbit Proges, Jakarta.

Tim Penyusun, 2008, **Pedoman Penulisan Skripsi**, Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area – Medan.

KUESIONER PENELITIAN

Konsumen yang terhormat,

Bersama ini saya mohon kesediaan Bapak/ Ibu untuk mengisi daftar pertanyaan atas penelitian tentang “Pengaruh Penjualan Perseorangan dan Potongan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT. Alfa Scorbi Setia Budi Cabang Medan”.

I. Petunjuk Pengisian.

1) Jawablah setiap pertanyaan ini sesuai dengan pendapat Bapak/ Ibu sejujurnya dan perlu diketahui bahwa jawaban dari kuesioner ini tidak berhubungan dengan benar atau salah.

2) Pilihlah jawaban dengan memberi tanda silang (X) pada salah satu jawaban.

Setiap variabel diberikan skala 1 sampai 5 sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS)= 5, Setuju (S)= 4, Ragu-ragu (RR)= 3, Tidak Setuju (TS)= 2, Sangat Tidak Setuju (STS)= 1.

II. Identitas Responden.

1. Nama	
2. Jenis kelamin	a. Laki-laki b. Perempuan
3. Umur	a. 21-30 tahun b. 31-40 tahun c. > 40 tahun
4. Jenjang pendidikan terakhir	a. D3 b. S1
6. Jumlah gaji per bulan	

DAFTAR PERTANYAAN

I. PERTANYAAN VARIABEL BEBAS X_1 (PENJUALAN PERSEORANGAN)

No	Pernyataan	OPSI				
		SS	S	R	TS	STS
1	Saat anda masuk disambut dengan keramahan dari para karyawan					
2	Puaskan anda bahwa anda dilayani dengan senyum, salam, sapa					
3	Puaskan anda bahwa cara kerja yang dilakukan karyawan sudah terlihat profesional.					
4	Puaskan anda bahwa petugas memiliki pengetahuan yang cukup dalam menghadapi masalah pelanggan					
5	Puaskan anda jika masalah anda direspon dengan baik oleh Service Advisor					

II. PERTANYAAN VARIABEL BEBAS X_2 (POTONGAN HARGA)

No	Pernyataan	OPSI				
		SS	S	R	TS	STS
1	Potongan harga yang ditetapkan perusahaan merupakan strategi yang jitu.					
2	Perusahaan telah menetapkan sasarannya dalam mempertahankan pangsa pasar					
3	Perusahaan sering mengambil keputusan dalam menetapkan potongan harga					
4	Biaya merupakan dasar dari harga yang dapat ditetapkan oleh perusahaan untuk produknya					
5	Potongan harga yang diberikan perusahaan dapat menutup semua biaya yang dikeluarkannya					

III. PERTANYAAN VARIABEL TERIKAT Y (PENGAMBILAN KEPUTUSAN)

No	Pernyataan	Jumlah				
		SS	S	R	TS	STS
1	Ketika saya melakukan pengambilan keputusan pembelian saya lebih memilih PT Alfa Scorpii Setia Budi dibandingkan perusahaan lain					
2	Saya selalu mengingat PT Alfa Scorpii Setia Budi ketika saya melakukan pengambilan keputusan pembelian sepeda motor					
3	Saya melakukan pengambilan keputusan pembelian di PT Alfa Scorpii Setia Budi karena saya sering mendengar namanya					
4	Saya melakukan pengambilan keputusan pembelian pada PT Alfa Scorpii Setia Budi karena referensi dari orang lain					
5	Saya melakukan pengambilan keputusan pembelian di PT Alfa Scorpii Setia Budi karena adanya potongan harga					