

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik . Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Strategi Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pakaian Bayi Merek Snobby pada PT. Putra Raja Sejahtera Medan”** Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya atas dukungan dan, do'a dalam penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh. Serta yang selalu memberi motivasi dukungan kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Hery Syarial, SE, MSi selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Ibu Adelina Lubis, SE, MSi, selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi/Manajemen Universitas Medan area.

5. Bapak H. Syahriandy, SE, MSi, Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM Selaku Sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam hal kuliah.
7. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Seluruh pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi.
9. Semua teman-teman stambuk 2012 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
10. Dan kepada semua pihak orang dekat saya, yang tidak menyangkut dalam penulisan skripsi ini, tetapi mereka memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Medan, Maret 2016

(Sri Ramayani)

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4

### **BAB II LANDASAN TEORITIS**

A. Landasan Teori .....	5
1. Strategi Promosi .....	5
2. Tujuan Promosi .....	6
3. Indikator strategi promosi .....	7
4. Pengertian Harga .....	7
5. Indikator Harga .....	9
6. Pengertian Minat Beli .....	9
7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	10
8. Indikator Minat Beli.....	11
B. Penelitian Terdahulu .....	12
C. Kerangka Konseptual .....	12
D. Hipotesis.....	13

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	14
1. Jenis Penelitian .....	14
2. Lokasi Penelitian .....	14
3. Waktu Penelitian.....	14
B. Populasi dan Sampel .....	15
1. Populasi .....	15
2. Sampel .....	15
C. Definisi Operasional Variabel .....	16
D. Jenis dan Sumber Data .....	17
E. Teknik Pengumpulan Data .....	18
F. Teknik Analisis Data .....	19
G. Analisis Regresi Berganda.....	20
H. Uji Hipotesis .....	21
I. Uji Asumsi Klasik .....	22

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	23
1. Gambaran Umum.....	23
2. Struktur organisasi .....	24
B. Pembahasan	
1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	25
2. Karakteristik Responden .....	25
3. Hasil Jawaban Responden.....	26
C. Uji Validitas Dan Realibilitas .....	38
D. Uji statistik .....	42
E. Uji hipotesis .....	44
F. Koefisien determinasi .....	46
G. Pengujian asumsi kelasik .....	47
H. Pembahasan .....	51

### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	53
B. Saran .....	54

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1	Waktu Penelitian .....	14
Tabel 3.2	Definisi Operasional.....	16
Tabel 4.1	Distribusi Usia Responden.....	25
Tabel 4.2	Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	26
Tabel 4.3	Konsumen Membeli Pakaian Bayi Merek Snobby Karena Sesuai Dengan Kebutuhan .....	27
Tabel 4.4	Setelah Membeli Pakaian Bayi Merek Snobby Konsumen Akan Merefrensikan Kelebihan Produk Pada Orang Lain .....	28
Tabel 4.5	Konsumen Membeli Pakaian Bayi Merek Snobby Karena Cantik Dan Menarik.....	29
Tabel 4.6	Sebelum Membeli Pakaian Bayi Merek Snobby Konsumen Mencari Informasi Tentang Produk .....	30
Tabel 4.7	Iklan Yang Di Tayang Oleh PT. Putera Raja Sejahtera Menarik Dan Jelas .....	31
Tabel 4.8	Wiraniaga Memberikan Informasi Produk Kepada Konsumen Dengan Baik.....	32
Tabel 4.9	Promosi Penjualan Yang Ada Meyakinkan Konsumen Sebelum Membeli Produk .....	33
Tabel 4.10	Para Wiraniaga Membantu Konsumen Dalam Memilih Dan Menemukan Produk Yang Akan Mereka Beli .....	34
Tabel 4.11	Harga Pakaian Bayi Yang Ditawarkan Oleh Pt. Putera Raja Sejahtera Terjangkau .....	35

Tabel 4.12	Konsumen Lebih Membeli Pakaian Bayi Merek Snobby Karena Harganya Yang Bersaing.....	36
Tabel 4.13	Pt. Putera Raja Sejahtera Menawarkan Harga Sesuai Dengan Kualitas.....	37
Tabel 4.14	Pt. Putera Raja Sejahtera Memberikan Potongan Harga Kepada Konsumen Yang Membeli Pakaian Bayi Merek Snobby.....	38
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Konsumen (Y).....	39
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Promosi ( $X_1$ ).....	40
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas Variabel Harga ( $X_2$ ).....	40
Tabel 4.18	Hasil Uji Reliabilitas Variabel $X_1$ , $X_2$ dan Y .....	41
Tabel 4.19	Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
Tabel 4.20	Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	44
Tabel 4.21	Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	45
Tabel 4.22	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	46
Tabel 4.23	Hasil Uji Multikolinearitas .....	49

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka konseptual.....	13
Gambar 4.1 Struktur organisasi.....	24
Gambar 4.2 Grafik histogram.....	47
Gambar 4.3 Kurva pp-plots .....	48
Gambar 4.4 Hasil uji heteroskedastisitas.....	50

