

**BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA *SHOWROOM* AGUNG TOYOTA TANJUNGPINANG**

**PUJI SAVITRI
NIM: 180461201057**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan
untuk Seminar Proposal**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Puji Savitri
NIM : 180461201057
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul : Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada
Skripsi : Showroom Agung Toyota TanjungPinang.


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dosen Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan dan diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui

Dosen Pembimbing I


H. Iranita, SE., M. Si
NIDN. 102708003

Dosen Pembimbing II


Dr. Dodi Dermawan, SE., M.Ec
NIP. 198012302014041001

Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Roni Kurniawan, S.Sos., M.Si</u> NIDN. 0003107708	Ketua Penguji		07/22
<u>Hj. Iranita, SE., M. Si</u> NIDN. 102708003	Penguji I		09/17/2022
<u>Abdul Jalal, SE., M.Si</u> NIDN. 1022088504	Penguji II		11/17/2022
<u>Dr. Dodi Dermawan, S.E., M.Ec</u> NIP. 198012302014041001	Penguji III		19/08/22
<u>Akhirman, S. Sos., MM</u> NIDN. 003107708	Penguji IV		19/08/22

Tanggal Lulus : 11 Juli 2022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Hj. Asmaul Husna, SE., Ak., MM., CA
NIDN. 1001077101

Ketua Program Studi Manajemen


Abdul Jalal, S.E., M.Si
NIDN. 1022088504

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Puji Savitri

Nim : 180461201057

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : Bauran Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Pada
Showroom Agung Toyota Tanjungpinang

Disetujui untuk digunakan dalam Seminar Proposal / Seminar Skripsi

Tanjungpinang, 30 Juni 2022

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Hi. Iranita, SE., M.Si
NIDN. 1027087003

Dosen Pembimbing II

Dr. Dodi Dermawan, SE., M.Ec
NIP. 198012302014041001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Maritim Raja Ali Haji

Abdul Jalal, SE., M.Si
NIDN. 1022088504

PERNYATAAN ORISINILITAS

Nama : Puji Savitri
Nim : 180461201057
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada
Showroom Agung Toyota Tanjungpinang

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun diperguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Puji Savitri
NIM 180461201081

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan kuasa-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Showroom* Agung Toyota Tanjungpinang” dengan baik. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Kedua Orangtua penulis yaitu Ayah dan Ibu serta Adik Tercinta, yang telah senantiasa mendukung, memberikan doa dan juga dorongan kepada penulis baik secara moril maupun material sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar.
- 2) Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi.,DEA selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- 3) Ibu Dr. HJ. Asmaul Husna, S.E.,Ak.,MM.,CA, selaku Dekan Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- 4) Bapak Abdul Jalal, SE.,M.Si selaku Kepala Jurusan Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- 5) Ibu Hj.Iranita, SE.,M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta banyak nasehat kepada penulis.
- 6) Bapak Dr. Dodi Dermawan, SE.M.Ec selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta banyak nasehat kepada penulis.

- 7) Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Manajemen Yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya. Dan tidak lupa juga Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji dalam menyelesaikan urusan administrasi.
- 8) Untuk Pimpinan beserta seluruh karyawan Showroom Agung Toyota Tanjungpinang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian serta berpartisipasi dalam penelitian ini.
- 9) Kepada Sahabat Rita Ardiyanti, dan teman-teman yang lain, yang selalu membantu baik dari segi materi dan non materi, memberikan motivasi, memberikan semangat yang tiada henti kepada penulis.
- 10) Kepada Arum Katminah Priyanti, yang selalu memberi dukungan serta semangat kepada penulis.



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Pembatasan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2 Manfaat Praktis.....	10
1.7 Sistematika Penelitian.....	11

BAB II	: KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN....	13
2.1	Kajian Pustaka.....	13
2.1.1	Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.2	Pengertian Promosi.....	14
2.1.3	Pengertian Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	18
2.1.4	Indikator Bauran Promosi.....	22
2.1.5	Minat Beli.....	40
2.1.6	Indikator Minat Beli.....	40
2.1.7	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	
	Konsumen.....	41
2.2	Review Penelitian Relevan.....	41
2.3	Kerangka Pemikiran.....	44
2.4	Hipotesis.....	46
BAB III	: METODOLOGI PENELITIAN.....	47
3.1	Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	47
3.1.1	Objek Penelitian.....	47
3.1.2	Ruang Lingkup Penelitian.....	47
3.2	Metode Penelitian.....	47
3.3	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	48
3.4	Metode Penentuan Populasi atau Sampel.....	51
3.4.1	Populasi.....	51
3.4.2	Sampel.....	51
3.5	Prosedur Pengumpulan Data.....	52

3.6 Metode Analisis.....	53
3.6.1 Uji Kualitas Data.....	54
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	55
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	57
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	60
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	61
4.2 Distribusi Responden.....	62
4.3 Demografi Responden.....	62
4.3.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	62
4.3.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	64
4.3.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
4.4 Deskripsi Variabel Penelitian.....	66
4.4.1 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Periklanan (X1).....	66
4.4.2 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan (X2).....	68
4.4.3 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Hubungan Masyarakat dan Publisitas (X3).....	69
4.4.4 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Penjualan Pribadi (X4).....	70

4.4.5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Pemasaran	
Langsung (X5).....	70
4.4.6 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Minat Beli	
(Y).....	72
4.5 Hasil Penelitian.....	72
4.5.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	73
4.5.2 Pengujian Kualitas Data.....	75
4.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.5.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	85
4.5.5 Uji Hipotesis.....	87
4.6 Pembahasan Penelitian.....	95
4.6.1 Pengaruh Periklanan (<i>Advertising</i>) Terhadap Minat	
Beli.....	95
4.6.2 Pengaruh Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	
Terhadap Minat Beli.....	98
4.6.3 Pengaruh Hubungan Masyarakat dan Publisitas	
Terhadap Minat Beli.....	100
4.6.4 Pengaruh Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	
Terhadap Minat Beli.....	102
4.6.5 Pengaruh Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	
Terhadap Minat Beli.....	104
4.6.6 Pengaruh Periklanan (<i>Adversiting</i>), Promosi	
Penjualan (<i>Sales Promotion</i>), Hubungan Masyarakat	

	dan Publisitas, Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	
	dan Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	
	Terhadap Minat Beli.....	105
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
	5.1 Kesimpulan.....	107
	5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		

