

**ANALISIS PROMOSI TERHADAP PEMBENTUKAN
MINAT KONSUMEN
(Studi pada konsumen PT. Alkamil Group, Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat Dalam Mencapai
Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Disusun Oleh:

Nama : Meida Nur Fauziah
NIM : 14211025
Pembimbing : Sandi Eka Suprajang, SE., MM.

**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA
BLITAR
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari,

Nama : Meida Nur Fauziah

NIM : 14211025

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

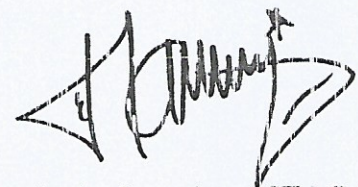
Analisis Promosi Terhadap Pembentukan Minat Konsumen (Studi Pada Konsumen PT. Alkamil Group, Malang)

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini telah melalui proses bimbingan pada tanggal 3 Oktober 2017 sampai dengan 7 Juni 2018 dan memberikan persetujuan atas Skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguji Skripsi.

Demikian, persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti ujian komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut diatas.

Elitar, 7 Juni 2018

Pembimbing



Sandi Eka Suprajang, SE.MM

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Meida Nur Fauziah
NIM : 14211025
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi :

Analisis Promosi Terhadap Pembentukan Minat Konsumen (Studi Pada Konsumen PT. Allamil Group, Malang)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila ternyata di kemudian hari penulis Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, 7 Juni 2018

Penulis



Meida Nur Fauziah

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rudhy Dwi Chrisnawan SE.

Jabatan : Direktur

Perusahaan : PT. Alkamil Group Malang

Alamat : Jl. Raya Ampeldento, Buko Ndalem Kalegan No. 2-3 Fakis
Malang Jawa Timur

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Meida Nur Fauziah

NIM : 14211025

Jurusan : Manajemen

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar

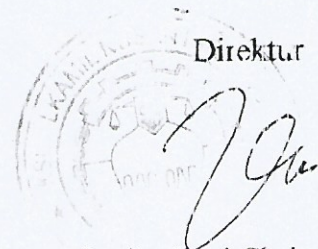
Telah melakukan penelitian di perusahaan kami dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

ANALISIS PROMOSI TERHADAP PEMBENTUKAN MINAT KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN PT. ALKAMIL GROUP, MALANG)

Sejak tanggal 9 Januari 2018 sampai dengan tanggal 30 Maret 2018, dan telah membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Blitar, 7 Juni 2018

Direktur



Rudhy Dwi Chrisnawan SE.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

**Analisis Promosi Terhadap Pembentukan Minat Konsumen (Studi Pada
Konsumen PT. Alkamil Group, Malang)**

Yang disusun oleh:

Nama : Meida Nur Fauziah

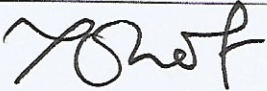

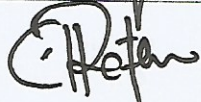
NIM : 14211025

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 10 Juli 2018

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

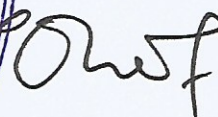
NO	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1.	Iwan Setya Putra, SE., Ak., MM., CA.	PENGUJI I	
2.	Sandi Eka Suprajang, SE., MM.	PENGUJI II	
3.	Retno Murnisari, SE., MM.	PENGUJI III	

Blitar, 23 Agustus 2018

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Ketua Dewan Penguji



Tanto Askriyandoko Putro, SE., MM.

Iwan Setya Putra, SE., Ak., MM., CA

ABSTRAKSI

Analisis Promosi Terhadap Pembentukan Minat Konsumen (Studi Pada Konsumen PT. Alkamil Group, Malang)

Meida Nur Fauziah – 14211025

Kata Kunci: Promosi, Minat Konsumen

Setiap perusahaan tentunya memiliki tujuan dalam berbisnis yaitu memperoleh keuntungan. Cara untuk mencapai hal tersebut dengan memasarkan produk perusahaan berupa barang maupun jasa kepada konsumen melalui kegiatan pemasaran. Salah satu cara untuk mengkomunikasikan produk kepada konsumen adalah melalui kegiatan promosi. Perusahaan melakukan promosi yang maksimal dan memikat agar diminati oleh konsumen sehingga tercapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh pangsa pasar yang luas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa dan mengetahui mengenai pengaruh promosi terhadap pembentukan minat konsumen pada PT. Alkamil Group Malang.

Kesimpulan yang didapat dari hasil uji validitas adalah hasil nilai tabel *r product moment* = 0,14, menyatakan bahwa Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Dari hasil uji reliabilitas diketahui bahwa nilai koefisien *alpha* lebih besar dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian tersebut handal atau *reliable*. hasil linier sederhana diketahui hasil $Y = 0,003 + 1,016X$. Artinya $a = 0,003$ apabila promosi (X_1), diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali ($=0$) maka minat konsumen adalah sebesar 0,003, $\beta_1 = 1,016$ artinya apabila promosi (X_1) naik 1 (satu) satuan dan variabel lainnya tetap maka minat konsumen akan naik sebesar 1,016. Dari hasil uji T diketahui nilai $t_{hitung} = 14,246$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima. Dan hasil uji-F dan regresi diketahui hasil nya adalah F_{hitung} sebesar 202,397 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang tinggi berpengaruh dalam pembentukan minat konsumen.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kesehatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **Analisis Promosi Terhadap Pembentukan Minat Konsumen (Studi Pada Konsumen PT. Alkamil Group, Malang).**

Semangat, dorongan, doa dan bimbingan dari pihak-pihak terkait sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, maka tak lupasaya mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Iwan Setya Putra, SE., Ak, MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Kota Blitar yang telah memberikan kesempatan untuk menimba ilmu di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Kota Blitar.
2. Bapak Sandi Eka Suprajang, SE.MM selaku pembimbing yang telah memberikan pengarahan, membantu dan membimbing guna menyelesaikan Skripsi saya dengan baik.
3. Bapak Tanto Askriyandoko Putro, SE.MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Bitar yang baru yang telah memberikan arahan serta bimbingan kepada saya selama masa studi.
4. Seluruh Dosen Manajemen yang telah memberikan masukan-masukan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak Rudhy Dwi Chrisnawan selaku Direktur PT. Alkamil Group Malang beserta karyawan yang telah memberikan ijin dan membantu dalam penelitian saya.

6. Ibu Henny Artiningtyas selaku Manajer Operasional Cabang Blitar yang telah memberikan bantuan dalam hal izin perusahaan dalam menyelesaikan skripsi saya.
7. Segenap responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
8. Suparno dan Emy Retnowati selaku orang tua, M. Tri Wahyudiyono sebagai saudara, dan Ifandi Ari Pratamayang selalu memberikan semangat, motivasi serta do'a kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Khairunnisa Umi Azizah dan teman-teman HMJ SIKMA STIEKEN Blitar beserta kakak-kakak senior yang selalu memberi semangat dan masukan-masukan yang positif untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Manajemen angkatan 2014 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar yang saya sayangi yang telah memberikan semangat serta motivasi.
11. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Semoga Skripsi ini dapat dijadikan acuan untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya.

Blitar, 7 Juni 2018

Penulis

Meida Nur Fauziah

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Keaslian.....	iii
Surat Keterangan Penelitian	iv
Halaman Pengesahan	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Hasil Penelitian Terdahulu	8
B. Manajemen Pemasaran	16
C. Promosi	21
D. Bauran Promosi	23
E. Minat Konsumen	33
F. Hubungan Antara Promosi Terhadap Minat Konsumen	40
G. Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	42
B. Jenis Penelitian	42
C. Definisi Operasional Variabel.....	42
D. Populasi dan Sampel.....	45
E. Metode Pengumpulan Data	46
F. Teknik Analisa Data.....	47
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Data Perusahaan.....	49
B. Hasil Analisa Data	58
C. Pembahasan	70

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	74
	B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN		78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 1	9
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 2	11
Tabel 2.3 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 3	13
Tabel 2.4 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 4	14
Tabel 2.5 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 5	15
Tabel 3.1 Jumlah Jamaah dalam Kurun Waktu Tahun 2014-2016	45
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	62
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi (X)	64
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Konsumen (Y)	65
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas	66
Tabel 4.8 Uji Regresi Sederhana	67
Tabel 4.9 Uji-t (Uji Parsial)	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinan	69
Tabel 4.11 Hasil Uji F	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bagan Hubungan Antar Variabel	40
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi	52
Gambar 4.2 Diagram Batang Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 4.3 Diagram Batang Berdasarkan Usia	59
Gambar 4.4 Diagram Batang Berdasarkan Pekerjaan	61
Gambar 4.5 Diagram Batang Berdasarkan Penndapatan Per Bulan	62

