

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
TOKO UMMI ZANIS DI PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

SYAFA PUTRI MARISA

NPM 061930601587

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA PALEMBANG**

2022

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
TOKO UMMI ZANIS DI PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III pada
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

**SYAFA PUTRI MARISA
NPM 061930601587**

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2022

Pembimbing I,

**Munparidi, S.E., M. Si
NIP 196511251994031002**

Pembimbing II,

**Purwati, S.E., MM
NIP196507111988032002**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M. A.B
NIP 197602222002121001**

**Koordinator Program Studi
D – III Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., M.M
NIP 198203242008012009**



**KEMENTRIAN PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN POLITEKNIK NEGERI
SRIWIJAYA**

Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139

Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syafa Putri Marisa
NPM : 061930601587
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Promosi Penjualan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Ummi Zanis di Palembang.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan ini saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Syafa Putri Marisa

NPM 061930601587

LEMBAR PENGESAHAN


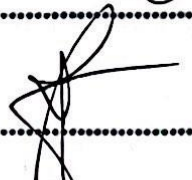
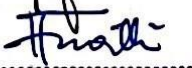
Nama : Syafa Putri Marisa
NIM : 061930601587
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Promosi Penjualan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Ummi Zanis Di Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi D3 Administrasi Bisnis
Dan dinyatakan LULUS

Pada Hari : Senin

Tanggal : 1 Agustus 2022

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Munparidi, S.E., M.Si</u> Ketua Penguji		01/09/22
2.	<u>Rini, S.E., M. A.B</u> Anggota Penguji		01/09/2022
3.	<u>Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M</u> Anggota Penguji		30/08/22

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Jika kamu bisa memimpikannya, kamu bisa melakukannya”

(Walt Disney)

Kupersembahkan Untuk:

- ❖ Kedua Orang Tua**
- ❖ Saudara dan Keluargaku**
- ❖ Sahabat-sahabatku**
- ❖ Teman seperjuangan 6NM**
- ❖ Almamater Polieknik Negeri
Sriwijaya**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Pembuatan Laporan Akhir ini merupakan salah satu tugas wajib sebagai seorang mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya agar bisa lulus dari Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Ummi Zanis di Palembang. Laporan ini membahas tentang berapa besar pengaruh promosi penjualan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Ummi Zanis di Palembang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca agar dapat menjadi acuan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan kita semua.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, mengarahkan, dan membimbing dalam penyusunan Laporan Akhir ini.

Palembang, Juli 2022

Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya lah, penulis menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan tepat pada waktunya. Dalam penelitian Laporan Akhir ini, penulis banyak sekali mendapatkan bantuan bimbingan, petunjuk, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu dengan segala ketulusan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, SE., M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M selaku Kaprodi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Munparidi., S.E., M. Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran, solusi, dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Purwati, S.E., MM., selaku Pembimbing II yang juga telah memberikan saran, solusi, dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Segenap Dosen dan Civitas Akademika Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Kedua orang tua tercinta dan keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan baik moril dan materil, sehingga penulis bisa menyelesaikan Laporan Akhir ini.
9. Almamaterku tercinta, Politeknik Negeri Sriwijaya.
10. Sahabat dan teman-teman seperjuangan kelas NM yang telah membantu penulis.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan laporan ini.

12. Terakhir, saya ingin berterimakasih pada diri saya sendiri untuk tetap mencoba semangat dan mampu melewati hal yang berat di situasi ini.

Demikianlah yang dapat penulis sampaikan, atas segala bantuan kami ucapkan terima kasih

Palembang, Juli 2021

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Ummi Zanis di Palembang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh promosi penjualan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Ummi Zanis di Palembang. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan *link* kuesioner kepada 50 orang responden yang sudah pernah melakukan pembelian produk di Toko Ummi Zanis. Penelitian ini mengolah data menggunakan analisis kuantitatif dalam perhitungannya menggunakan rumus persentase dan interpretasi skor. Hasil dari penelitian ini variabel promosi penjualan memiliki nilai interpretasi skor 88% dan variabel keputusan pembelian memiliki nilai interpretasi skor 84%. Dari kedua variabel tersebut, variabel promosi penjualan yang paling dominan pada indikator potongan harga (*Rebates*) sebesar 89%. Kesimpulan indikator paling dominan pada pernyataan “Saya tertarik dengan penawaran gratis ongkos kirim yang diadakan Toko Ummi Zanis” dengan persentase skor sebesar 89% dan tergolong dalam kategori “Sangat Berpengaruh”. Toko Ummi Zanis disarankan mempertahankan dalam memasarkan produk dengan cara yang lebih bervariasi karena terbukti bahwa hasil penelitian ini, promosi penjualan produk yang dilakukan Toko Ummi Zanis sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study entitled "The Effect of Product Sales Promotion on Consumer Purchase Decisions at the Umami Zanis Store in Palembang". This study aims to determine how much influence product sales promotion has on consumer purchasing decisions at the Umami Zanis Store in Palembang. This study uses interview techniques, questionnaires and literature study. Data collection was carried out by distributing *links* to 50 respondents who had already purchased products at the Umami Zanis Store. This study processes data using quantitative analysis in its calculations using the percentage formula and score interpretation. The results of this study the sales promotion variable has a score interpretation value of 88% and the purchasing decision variable has a score interpretation value of 84%. Of the two variables, the sales promotion variable is the most dominant in the discount indicator (*Rebates*) of 89%. The conclusion of the most dominant indicator in the statement "I am interested in the free shipping offer held by the Umami Zanis Store" with a percentage score of 89% and belongs to the "Very Influential" category. Umami Zanis Stores are advised to maintain in marketing products in a more varied way because it is proven that the results of this study, product sales promotions by Umami Zanis Stores greatly influence consumer purchasing decisions.

Keywords: Sales Promotions, Purchasing Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERNGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
1.5 Metodologi Penelitian	6
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	7
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	7
1.5.4 Populasi dan Sampel	9
1.5.5 Teknik Analisis Data	10
1.5.6 Kerangka Pikir	13
1.5.7 Definisi Operasional Variabel	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.1.1 Bauran Pemasaran	15

2.2 Pengertian Promosi Penjualan	16
2.2.1 Indikator Promosi Penjualan	17
2.3 Produk	19
2.3.1 Pengertian Produk	19
2.4 Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.4.1 Proses Keputusan Pembelian	20
2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	22
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	23
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	23
3.2 Visi dan Misi Perusahaan	24
3.2.1 Visi Perusahaan	24
3.2.2 Misi Perusahaan	24
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	24
3.3.1 Struktur Organisasi	24
3.3.2 Pembagian Tugas	25
3.4 Aktivitas Perusahaan	26
3.4.1 Produk yang ditawarkan oleh Ummi Zanis	26
3.4.2 Media Sosial Perusahaan	27
3.5 Profil Responden	29
3.5.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	29
3.5.2 Berdasarkan Usia	29
3.5.3 Berdasarkan Pekerjaan	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil Penilaian Responden	32
4.1.1 Interpretasi Jawaban dari Variabel Promosi Penjualan	33
4.1.2 Interpretasi Jawaban dari Variabel Keputusan Pembelian	38
4.2 Indikator promosi penjualan produk yang paling dominan terhadap keputusan	43

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	45
 DAFTAR PUSTAKA	 46
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Rekap hasil penjualan Toko Ummi Zanis Tahun 2019–2022.....	2
Tabel 1.2 Rekap harga produk Toko Ummi Zanis	3
Tabel 1.3 Tabel Skala Likert	11
Tabel 1.4 Keterangan Interpretasi Skor	12
Tabel 1.5 Definisi Operasional Variabel	13
Tabel 3.1 Nama dan harga produk Toko Ummi Zanis	25
Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Usia	27
Tabel 3.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	28
Tabel 4.1 Interpretasi Jawaban Variabel Promosi Penjualan (X)	29
Tabel 4.2 Total persentase variabel promosi penjualan	33
Tabel 4.3 Interpretasi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y)	34
Tabel 4.4 Total persentase variabel keputusan pembelian	39
Tabel 4.5 Total Persentase Variabel Promosi Penjualan dan Variabel Keputusan Pembelian	39
Tabel 4.6 Indikator variabel yang paling dominan	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	12
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	24
Gambar 3.2 <i>Instagram</i> Perusahaan	27
Gambar 3.3 <i>Facebook</i> Perusahaan	28
Gamabr 3.4 <i>Whatsapp</i> Perusahaan	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Permohonan Pengambilan Data
Lampiran 2	Lembar Izin Melakukan Pengambilan Data
Lampiran 3	Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir
Lampiran 4	Lembar Bimbingan Laporan Akhir
Lampiran 5	Lembar Kunjungan Mahasiswa
Lampiran 6	Lembar Daftar Wawancara
Lampiran 7	Lembar Kuesioner
Lampiran 8	Data Kuesioner
Lampiran 9	Surat Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
Lampiran 10	Lembar Revisi Laporan Akhir
Lampiran 11	Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir