

SKRIPSI

**PENGARUH POTONGAN HARGA , KUALITAS LAYANAN DAN
DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN CAT AVIAN
BRANDS PADA PT.TIRTA KENCANA TATA WARNA ,TBK**

DI PALEMBANG



Diajukan Oleh :

ROYNALDO DWI JUNIANSAH

NPM . 1901110538

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

PALEMBANG

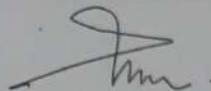
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Roynaldo Dwi Juniansah
Nomor Pokok /NIRM : 1901110538
Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Layanan dan Distribusi Terhadap Minat Beli Cat Avian Brands pada PT. Tirta Kencana Tata Warna, Tbk.

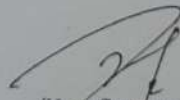
Pembimbing Skripsi :

Tanggal 10-04-27 Pembimbing I



Umi Amri, SE., M.Si
NIDN: 0229916291

Tanggal 10-04-23 Pembimbing II



Yuni Supriani, SE., M.Si
NIDN: 0207066701


95/PS/DFE/23

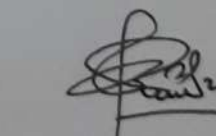
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Ketua Prodi Manajemen




Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, AK. CA, CSRS
NIDN: 0205026401



Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN: 0222096301


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

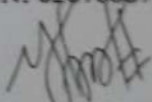
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Roynaldo Dwi Juniansah
Nomor Pokok/NIM : 1901110538
Jurusan/Prog. Studi : Ekonomi/Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Judul Skripsi : Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Layanan dan Distribusi Terhadap Minat Beli Cat Avian Brands pada PT. Tirta Kencana Tata Warna, Tbk.

Penguji Skripsi:

Tanggal 10-09-23 Ketua Penguji : 
: Uli Amri, S.E., M.Si
NIDN : 0229016201

Tanggal 10-04-23 Penguji I : 
: Yun Supriani, S.E., M.Si
NIDN: 0207066701

Tanggal 10-04-23 Penguji II : 
: Dr. Yolanda Veybitza, S.E., M.Si
NIDN: 0226028303

95/PS/DFE/23

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Tanggal.....

Ketua Program Studi
Tanggal.....




Dr. Masy Mikiel, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN: 0205026401


Mariani Zanariah, SE, MM
NIDN: 0222096301

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Roynaldo Dwi Juniansah

Nomor Pokok : 1901110538

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya asli saya terkecuali kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, 2023



Roynaldo Dwi Juniansah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO : Tidak ada hasil yang baik ataupun sempurna tanpa adanya usaha dan perjuangan serta pengorbanan di dalamnya.

Hiduplah dengan penuh rasa syukur karena ketika kita bersyukur apapun yang diberikan akan terasa sangat berarti dan berharga di dalam hidup.

Kupersembahkan kepada :

- **Mama (Rosmijati) dan Papa (Yan Saputra) yang kucintai dan kusayangi**
- **Koko ku Ryan Gusti Pratama.**
- **Wanita yang aku cintai dan kasihi Stephanie Kurnia**
- **Para Bapak dan Ibu Dosen**
- **Sahabat dan Teman-teman ku seangkatan 2019**
- **Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas izinnya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Layanan dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Cat Avian Brands Pada PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk di Palembang ”. Skripsi ini dibuat dan ditujukan untuk memenuhi persyaratan studi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Atas semua kontribusi dari semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak.

Pada dasarnya skripsi ini tak luput dari kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna baik dari segi penyajian maupun dari segi pembahasannya dikarenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang peneliti miliki. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, MP selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak. CA, CSRS selaku Dekan Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang
4. Pak Ulil Amri,SE.,M.Si selaku dosen pembimbing I yang juga telah memberikan bimbingan, pengarahan dan saran dalam penulisan skripsi ini.

5. Ibu Yun Suprani,SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah memberikan bimbingan, pengarahan, dan saran dalam penulisan skripsi ini
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan para Staff Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
7. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materiil

Akhirnya peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Amin

Palembang, Maret 2023

Roynaldo Dwi Juniansah

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO : Tidak ada hasil yang baik ataupun sempurna tanpa adanya usaha dan perjuangan serta pengorbanan di dalamnya	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Teoritis	15
2.1.1 Pengertian Minat Beli Konsumen.....	15
2.1.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	15
2.1.1.2 Indikator Minat Beli	17
2.1.1.3 Minat Pembelian Ulang (Future Intention).....	19
2.1.1.4 Keputusan Pembelian Konsumen	20
2.1.2 Potongan Harga	29
2.1.1.1 Jenis-Jenis Potongan Harga	30
2.1.1.2 Bentuk-Bentuk Potongan Harga	32
2.1.1.3 Tujuan Pemberian Potongan Harga	33
2.1.1.4 Dampak Pemberian Potongan Harga	34
2.1.1.5 Hubungan Antara Potongan Harga Terhadap Minat Beli	36
2.1.1.6 Indikator Potongan Harga.....	36

2.1.3	Pengertian Kualitas Pelayanan	37
2.1.2.1	Hubungan Antara Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli	40
2.1.4	Pengertian Saluran Distribusi.....	41
2.1.3.1	Fungsi Saluran Distribusi	45
2.1.3.2	Hubungan Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen ..	46
2.1.3.3	Dimensi dan Indikator Distribusi.....	47
2.2	Penelitian yang relevan	48
2.3	Kerangka Berpikir	51
2.4	Hipotesis.....	54
BAB III METODELOGI PENELITIAN		55
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	55
3.1.1	Waktu Penelitian	55
3.1.2	Tempat Penelitian	55
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	56
3.2.1	Sumber Data.....	56
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.3	Populasi dan Sampel.....	57
3.3.1	Populasi.....	57
3.3.2	Sampel	58
3.4	Rancangan Penelitian.....	58
3.5	Variabel dan Definisi Operasional.....	59
3.5.1	Variabel Penelitian	59
3.5.2	Definisi Operasional	60
3.6	Intrumen Penelitian.....	61
3.7	Teknik Analisa Data	62
3.7.1	Uji Validitas	62
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	63
3.7.3	Analisis Statistik.....	63
3.7.4	Uji Hipotesis Statistik	65
3.8	Sistematika Penelitian.....	68
BAB VI PEMBAHASAN.....		69
4.1	SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN.....	69
4.1.1	Visi dan Misi	70
4.1.2	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	71

4.1.3	Pembagian Tugas.....	72
4.2	Karakteristik Responden	75
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	77
4.3.1	Uji Validitas	77
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	81
4.4	Analisis Data	82
4.4.1	Hasil Regresi Linier Berganda	82
4.4.2	Hasil Koefisien Korelasi	84
4.4.3	Hasil Koefisien Determinasi	86
4.5	Uji Hipotesis Statistik	87
4.5.1	Hasil Uji Simultan (F).....	87
4.5.2	Hasil Uji t	89
BAB V	KESIMPULAN dan SARAN	92
5.1	Kesimpulan	92
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	5
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	48
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	55
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Potongan Harga, Kualitas Layanan dan Distribusi	60
Tabel 3.3 Skala Likert	62
Tabel 3.4 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	65
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Potongan Harga (X1)	77
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X2)	78
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Distribusi (X3)	79
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y).....	80
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	81
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	82
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Korelasi	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi	87
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Simultan).....	88
Tabel 4.12 Hasil Uji T (Parsial).....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Cara Pelanggan Menggunakan Produk.....	28
Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran	53
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	71

ABSTRAK

ROYNALDO DWI JUNIANSAH. Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Layanan dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Cat Avian Brands Pada PT. Tirta Kencana Tata Warna, Tbk. Di bawah bimbingan Bapak Ulil Amri S.E, M.SI dan Ibu Yun Suprani S.E, M.SI.

Tingkat persaingan yang tinggi membuat perusahaan saling bersaing untuk mempertahankan dan memenangkan persaingan pasar, salah satu strategi yang digunakan adalah pemberian potongan harga, kualitas layanan dan distribusi.

Permasalahannya “apakah potongan harga, kualitas layanan dan distribusi berpengaruh terhadap minat beli konsumen PT. Tirta Kencana Tata Warna”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga, kualitas layanan dan distribusi terhadap minat beli konsumen PT. Tirta Kencana Tata Warna.

Dari hasil penelitian, hasil analisis regresi diperoleh koefisien untuk variabel Potongan Harga (X_1) sebesar 0,621 dan nilai konstanta sebesar 6.671 maka dapat dibuat persamaan $Y = 6,670 + 0,152 X_1 + 0,303 X_2 + 0,319 X_3$ dan dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh potongan harga, kualitas layanan dan distribusi Uji F didapat nilai F_{hit} sebesar 19.313 dengan tingkat sig 0,000 karena nilai sig. $F < 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh potongan harga, kualitas layanan dan distribusi terhadap minat beli konsumen. Sedangkan secara parsial, nilai t_{hit} potongan harga sebesar 1.105 dengan tingkat sig 0,000 karena nilai sig. $t < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya terdapat

pengaruh potongan harga terhadap minat beli konsumen. Didapat nilai t_{hit} kualitas layanan sebesar 1.820 dengan tingkat sig 0,000, Karena nilai $sig.t < 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli konsumen. Didapat nilai Didapat nilai t_{hit} distribusi sebesar 1.670 dengan tingkat sig 0,102, Karena nilai $sig.t > 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh distribusi terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci : Potongan Harga, Kualitas Layanan dan Distribusi dan Minat Beli Konsumen.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini persaingan bisnis sudah tidak dapat terelakkan lagi. Pemasar yang akan menjual produknya, berupa barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik daripada pesaingnya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak ingin, menjadi ingin membeli. Pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak untuk membeli di hari berikutnya, akibat timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. dan di dalam persaingan perdagangan sekarang setiap perusahaan harus mempunyai strategi dan perencanaan yang baik didalam memasuki persaingan dagang antar kompetitor agar produk yang dijual perusahaan dapat terdistribusi dengan baik di dalam market pasar dan dapat diminati oleh konsumen. Konsumen yang ingin membeli produk yang dibutuhkan nya ingin mendapatkan harga yang terbaik dengan kualitas pelayanan yang baik dan pengiriman yang tepat waktu, dan hal ini lah yang harus terus diperhatikan bagi perusahaan dalam menjual produk-produk nya.

Menurut Kotler (2012) mengenai Minat Beli: minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan di dalam proses evaluasi, seseorang akan

membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:25) menjelaskan bahwa pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial.

Menurut Abdurachman (2004) ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli, diantaranya yaitu:

- Faktor kualitas, yaitu atribut produk yang dipertimbangkan dari segi manfaat fisiknya.
- Faktor brand/merek, yaitu atribut yang memberikan manfaat non material, yaitu kepuasan emosional.
- Faktor kemasan, yaitu atribut produk berupa pembungkus daripada produk utamanya.
- Faktor harga, yaitu pengorbanan riil dan materiel yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk.
- Faktor ketersediaan barang, yaitu sejauh mana sikap konsumen terhadap ketersediaan produk yang ada.
- Faktor acuan, yaitu pengaruh dari luar yang ikut memberikan rangsangan bagi konsumen dalam memilih produk, sehingga bisa juga digunakan sebagai media promosi.

Menurut Handy Irawan, (Pimpinan Majalah Marketing Indonesia 2015), konsumen Indonesia memiliki karakteristik-karakteristik unik dalam melakukan pembelian. Salah satunya adalah pembelian impulsive, yaitu pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya. Konsumen sering membeli produk yang biasanya tidak terpikir untuk dibeli, namun karena adanya berbagai stimulus yang diberikan oleh perusahaan dan kuatnya dorongan pribadi, maka pembelian impulsive ini bisa terjadi bahkan pernah dialami oleh masing – masing individu pada umumnya. Potongan Harga dapat memunculkan hasrat untuk melakukan pembelian impulsive tersebut yakni pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya.

Pembelian yang tidak direncanakan atau pembelian impulsive merupakan sesuatu yang menarik bagi produsen maupun pengecer, karena merupakan pangsa pasar terbesar dalam pasar modern .Besarnya dan lamanya periode potongan harga memiliki andil dalam menumbuhkan hasrat untuk melakukan pembelian impulsive dan merupakan alat promosi yang paling menarik perhatian untuk melakukan pembelian impulsive. Pernyataan ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa potongan harga merupakan salah satu strategi yang masih ampuh untuk konsumen berpikir pendek dalam melakukan pembelian.

Sutisna (2012) mencontohkan sebuah kasus yaitu ketika konsumen berjalan jalan di material building store dan hanya berniat ingin membeli 1 keperluan atau kebutuhan barang yang ingin dibeli tetapi ketika konsumen tersebut melihat item produk yang lain yang mendapatkan potongan harga diskon yang cukup besar dan

menggugah hasrat untuk membeli. Pada saat itu konsumen memutuskan untuk membeli produk itu yang kebetulan itu adalah merek yang ia sukai. Dari pemaparan tersebut, merek produk yang mendapat potongan harga sesuai keinginan konsumen akan menimbulkan dorongan untuk melakukan pembelian.

Salah satu contoh supplier pada Mitra Bangunan building materials adalah PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk yang memiliki brand cat tembok yang dipasarkan di toko-toko bahan bangunan seperti mitra bangunan , toko retail kecil tradisional seluruh Indonesia. Brand cat tembok tersebut bernama Avian Brands yang merupakan cat tembok, yang diantaranya menjual produk cat tembok , cat minyak ,cat kapal ,cat jalan ,cat lapangan ,cat kayu dan besi. Avian Brands di era sekarang untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan keputusan pembelian perusahaan selalu melakukan strategi-strategi, salah satu contohnya adalah strategi harga ,kualitas layanan yang terstruktur dan distribusi barang yang cepat . Dimana strategi-strategi ini diharapkan dapat mempunyai pengaruh yang signifikan bagi penjualan produk-produk tersebut.

Adapun data omset penjualan dari PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk
Sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan

Tahun	Omset Penjualan
2018	11.622.843.167
2019	10.346.987.230
2020	9.538.286.043
2021	9.652.726.562

Sumber : PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk

Dari data omset penjualan diatas dapat dilihat terjadi penurunan omset dari setiap tahun nya dimulai dari tahun 2018 hingga ke 2020 yang disebabkan pengurangan budget untuk promosi pada saat itu yang berdampak pada penurunan omset penjualan karena branding produk yang kurang ke toko retail serta juga faktor sangat mempengaruhi penurunan omset penjualan adalah kasus covid yang meningkat dimana ekonomi yang dalam kondisi sulit dan banyak proyek-proyek pembangunan di stop dan tidak berjalan yang mempengaruhi penjualan produk bahan bangunan terutama cat dari avian brands.

Juga ikut terdampak karena tidak adanya permintaan cat dari proyek ataupun toko retail yang pada akhirnya mempengaruhi omset penjualan yang menurun serta terjadi sedikit kenaikan yang tidak terlalu signifikan terjadi pada tahun 2021 karena aktivitas proyek dan penjualan toko retail sudah sedikit kembali pulih tetapi tidak sepenuhnya berjalan dengan baik kenaikan omset penjualan juga

dipengaruhi stimulus promo-promo yang diberikan perusahaan kepada toko-toko retail agar mau untuk membeli dan men-stock produk serta distribusi produk dapat meningkat lagi.

Kotler menyatakan (2012) potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Program potongan harga atau diskon sendiri dapat dijelaskan sebagai tujuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk tersebut, menarik konsumen untuk membagikan pengalaman pembeliannya ke merek yang kurang diminati pada kondisi normal (share of wallet), meningkatkan pangsa pasar item tertentu, dan tentunya dalam rangka meningkatkan penjualan secara keseluruhan dari produsen tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Suhailah, Alkatiri Altje L. Tumbel dan Ferdy Roring (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Department Store Manado Town Square” menyatakan bahwa Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel Potongan Harga dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen khususnya di Matahari Departement Store Mantos. Variabel X2 atau Potongan harga juga variabel yang dominan atau berpengaruh besar terhadap Minat Beli Konsumen dibandingkan dengan variabel lainnya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian-penelitian sebelumnya, dimana dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa variabel potongan harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini hubungan antara potongan harga yang

diberikan oleh pihak perusahaan yaitu Matahari Departement Store Mantos dengan Minat Beli Konsumen adalah signifikan atau positif dan memperkuat penelitian sebelumnya.

PT.Tirta Kencana Tata Warna adalah distributor penyalur berbagai jenis produk cat seperti :

1. Cat Tembok

Didalam cat tembok terdapat banyak jenis varian produk yang dijual oleh PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk. seperti: cat Avitex,Jasmine,No Drop,Aries Gold serta Lenkote.

2. Cat Kayu dan Besi

Terdapat 2 jenis produk cat kayu dan besi yang disalurkan dan dijual oleh PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk.

Ada beberapa bentuk potongan harga yang diberikan oleh PT.Tirta Kencana Tata Warn,Tbk seperti sebagai berikut :

1. Potongan Harga Regular

Potongan harga ini bersifat tetap dan baku dengan tidak ada masa berlakunya, potongan harga yang diberikan sebesar 7.5%.Potongan Harga Tambahan

Potongan harga ini bersifat tetap dan baku juga sama dengan potongan regular tetapi untuk mendapatkan potongan harga ini harus mencapai target omset pembelian produk avian brands sebesar 15 juta / 6 bulan .

2. Potongan Harga Optional

Potongan harga ini bersifat optional yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada toko-toko yang diberikan potongan harga ini dengan memiliki masa periode potongan harga dan memiliki syarat tertentu yang harus dipenuhi.

(Wahyuni, 2016) menyatakan “Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para konsumen atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima”.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hendra Fure dengan judul penelitian “Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca” menyatakan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli. Hasil penelitian ini mendukung pendapat Kotler yang menyatakan kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2005). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan. Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya.

Ada beberapa bentuk pelayanan yang diberikan oleh PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk. Seperti sebagai berikut :

1. Layanan Tukar Warna dan Retur Produk

Layanan ini diberikan oleh PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk kepada setiap customer yang membeli produk avian brands untuk dapat menukarkan warna cat mereka dan juga dapat mengembalikan produk jika tidak laku atau kemasan yang rusak.

2. Layanan Avian Brands Care

Layanan ini disediakan oleh PT.Tirta Kencana Tata Warna untuk setiap customer nya dapat mendapatkan jawaban dari setiap pertanyaan yang ingin distanyakan dan dapat memberikan saran serta masukan kepada Avian Brands melalui aplikasi avian brands atau situs website resmi avian brands.

Menurut (Warren J. Keegan, 2003), Distribusi merupakan saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang produksinya agar sampai pada pemakai industri atau konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Miftahul Jannah dan Sulaiman dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sirup Cap Mawar” menyatakan bahwa Pengaruh Distribusi Terhadap minat beli konsumen Berdasarkan karakteristik responden mengenai distribusi (X2), maka disimpulkan bahwa jawaban responden bahwa jumlah jawaban responden tidak setuju lebih dominan pada variabel Distribusi (X2), yaitu pada butir pernyataan nomor satu sebanyak 27 orang (49,1%), butir pernyataan

nomor dua sebanyak 29 orang (52,7%), butir pernyataan nomor tiga sebanyak 25 orang (45,5%), butir pernyataan nomor empat sebanyak 22 orang (40,0%), butir pernyataan nomor lima 28 orang (50,9%). Dengan jumlah responden terbanyak berusia 41-50 tahun sebanyak 24 responden atau 43,6%. Responden terbanyak berjenis kelamin pria sebanyak 35 responden atau 63,6%. Responden terbanyak pada tingkat pendidikan yaitu pada tingkat pendidikan SMA/ sederajat sebanyak 37 responden atau 67,3%. Pengujian secara parsial yang telah diuji dapat dijelaskan bahwa Variabel Distribusi (X_2) diperoleh thitung sebesar 1,997 tingkat signifikan sebesar 0,237 dan diketahui ttabel sebesar 1,674. Dengan demikian thitung > ttabel, artinya Distribusi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar.

Ada beberapa bentuk distribusi dan layanan distribusi yang diberikan oleh PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk. seperti sebagai berikut :

1. Layanan Same Day Shipment

Layanan pengiriman yang diberikan oleh PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk adalah fasilitas pengiriman satu hari sampai kepada customer pada hari pemesanan.

2. Layanan Express Shipment

Layanan pengiriman ini yang diberikan oleh PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk adalah layanan pengiriman cepat dalam waktu 3 jam dari waktu pemesanan dengan syarat minimal pembelian Rp. 1.000.000.

3. Layanan Map Tracking Shipment

Layanan pengiriman ini adalah layanan yang dapat diakses dan digunakan oleh customer dalam melacak lokasi pengiriman terkini dan melihat status pengiriman yang dapat diakses melalui aplikasi avian brands dan websites resmi avian brands.

PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk. merupakan salah satu supplier yang sering memberikan potongan harga. Beberapa strategi dalam penerapannya dapat dilakukan dengan melihat baik dalam segi waktu, kegunaan, serta efek dari dilakukannya kebijakan potongan harga. Tujuan dari kegiatan promosi yang dilakukan di mitra bangunan tersebut yang di supply oleh PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk. adalah untuk memperkenalkan dan mempengaruhi kepada konsumen terhadap produk yang dihasilkannya. Kegiatan promosi diharapkan produk tersebut mendapat tempat di benak konsumen sehingga keberadaan produk tersebut semakin kuat dalam pasar.

Potongan Harga yang diterapkan pada produk PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk. setiap cabang yang ada di Indonesia memiliki strategi potongan harga yang berbeda beda tergantung wilayah masing-masing regional cabang. Dengan memberlakukan potongan harga pada produk avian brands khususnya di sumatera selatan dapat menarik konsumen atau pengunjung untuk melakukan pembelian karena potongana harga merupakan salah satu strategi promosi yang diterapkan untuk menarik konsumen melakukan pembelian.

Tetapi tak selamanya berjalan baik, hal ini disebabkan oleh tingkat pembelian yang menurun yang dikarenakan seperti potongan harga yang kurang

menarik , kualitas pelayanan yang kurang baik dan menjamin konsumen serta distribusi pengiriman yang tidak responsive dan cepat yang akan menimbulkan kekecewaan terhadap konsumen atas pembelian produknya. Hasil survei (wawancara dengan pengunjung) bahwa kurang berminatnya pelanggan dikarenakan potongan harga yang kurang menarik, kualitas pelayanan yang belum baik seperti tidak adanya jaminan return produk jika tidak sesuai kondisi seharusnya ,sikap pramuniaga yang kurang memuaskan bahkan cenderung bersikap kurang ramah kepada pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana potongan harga, kualitas layanan serta distribusi dapat berpengaruh dalam minat beli konsumen pada PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis mengangkat judul **“Pengaruh Potongan Harga , Kualitas Layanan dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Cat Avian Brands Pada PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk. di Palembang.**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan apa yang dikemukakan di atas maka permasalahan penelitian ini adalah :

1. Apakah Potongan Harga , Kualitas Layanan serta pendistribusian produk dapat berpengaruh terhadap peningkatan minat beli konsumen pada PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk. ?
2. Apakah Potongan Harga secara parsial dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk. ?
3. Apakah Kualitas layanan secara parsial pada aspek sikap pelayanan bagi pembeli dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada PT.Tirta

Kencana Tata Warna,Tbk. ?

4. Apakah distribusi produk secara parsial dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk. ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan :

1. Potongan Harga, Kualitas Layanan serta Distribusi secara simultan dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk.
2. Potongan Harga secara parsial dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk.

3. Kualitas Layanan secara parsial dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk.
4. Distribusi produk secara parsial dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada PT.Tirta Kencana Tata Warna,Tbk.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Penulis dan Peneliti

Penulisan dan penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan sebagai sumber sumbangan yang cukup penting terhadap aplikasi langsung di masyarakat atas pengetahuan secara teori yang didapat dibangku kuliah dengan praktis.

2. Bagi perusahaan sebagai salah satu informasi kepada pimpinan perusahaan atau para pengambil keputusan di masa yang akan datang, terutama menyangkut masalah diskon, kualitas layanan penjual kepada pembeli serta distribusi produk ke konsumen dalam peningkatan minat beli konsumen.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Sebagai suatu hasil karya dan sebuah karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan Pustaka bagi mahasiswa atau pihak yang memiliki ketertarikan meneliti di bidang yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Ujianto. 2004. **Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur)**. Jurnal manajemen & kewirausahaan Vol. 6, No.1, Maret 2004.
- Alkatiri Suhailah, Altje L.Tumbel, dan Ferdy Roring, 2017, **Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi : Manado.
- Ana Putri Fadhilah, 2013, **Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**, Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Armstrong, Kotler. 2003. **Prinsip - Prinsip pemasaran**. Jakarta: PT. Indeks
- Danni Tri Bagus Irawan, **Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza**, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 9, Agustus 2015.
- Hendra Fure, 2013, **Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi : Manado.
- Kasmir, 2017, **Customer Service Excellent**. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Kodu Sarini, 2013, **Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi : Manado.
- Kotler Philip, Simon dan Schuster,1999, **How To Create,Win And Dominate Markets**, Management NorthWestern University : Illinois.
- Kotler Philip, Gary Armstrong,2008, **Principles Of Marketing**, Business School University Of California : California.
- Made Fajar Fernando, Ni Made Asti Aksari, 2018, **Penagruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana : Bali.

- Miftahul Jannah, Sulaiman, 2021, **Pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sirup Cap Mawar**, Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Umuslim : Aceh.
- Rosita, Rahmi. 2016. **Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction**. Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika. Vol. 1 No.2. 2016
- Simamora, 2007, **Manajemen Pemasaran International**. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sutisna, 2001, **Perilaku Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran**. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra, 2016, **Service, Quality dan Satisfaction: Edisi 4**. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono Fandy, 2018, **Service Management, Mewujudkan Layanan Prima : Edisi 3**. Yogyakarta : Andi.