

**PENGARUH POTONGAN HARGA, PENGIRIMAN BARANG, DAN
SUPPORT SPANDUK TERHADAP MINAT BELI AIR MINUM
DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK *AQUA* PADA
PT. BINTANG SURYA SINDO PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



DIAJUKAN OLEH :

ADITYA AL RASYID

NPM 2001110174

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2024

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ADITYA AL RASYID
Nomor Pokok : 2001110174
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Potongan Harga, Pengiriman
Barang, dan *Support* Spanduk Terhadap Minat
Beli Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)
Merek *Aqua* Pada PT. Bintang Surya Sindo
Palembang

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 03-10-2024

Pembimbing I :  Lusia Nargis, S.E., M.Si

NIDN/ 0222036101

Tanggal 03-10-2024

Pembimbing II :  Herlan Junaidi, S.E., M.Si

NIDN. 0219086101

049 /PS/DFEB/ 24

Mengetahui,

Dekan,

Tanggal 03-10-2024


Ka. Prodi Manajemen,

Tanggal 03-10-2024



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 : **ADITYAAL RASYID**
Nomor Pokok : **2001110174**
Jurusan/Prog. Studi : **Manajemen**
Jenjang Pendidikan : **Strata I**
Mata Kuliah Pokok : **Manajemen Pemasaran**
Judul Skripsi : **Pengaruh Potongan Harga, Pengiriman
Barang, dan Support Spanduk Terhadap Minat
Beli Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)
Merek Aqua Pada PT. Bintang Surya Sindo
Palembang**

Penguji Skripsi :
Tanggal 03-10-2024 : **Ketua Penguji : Lusia Nargis, S.E., M.Si
NIDN./0222036101**

Tanggal 03-10-2024 : **Penguji I : Herlan Junaidi, S.E., M.Si
NIDN. 0219086101**

Tanggal 03-10-2024 : **Penguji II : Umi Hasanah, S.E., M.M
NIDN. 0220016002**

049 /PS/DFEB/ 24 Mengetahui,

Dekan,
Tanggal 03-10-2024

Ka. Prodi Manajemen,
Tanggal 03-10-2024



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

Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN: 0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- ❖ Ingat satu hal didunia ini, Ucapanmu adalah doa, Pemikiranmu yang sekarang yang akan membawamu kemasa depan . Sesuai atau tidaknya yg terjadi kedepan, tetaplah terus berusaha, setiap usaha yang kita lakukan akan membuat reaksi positif dan negatif, teruslah berpikir positif dalam setiap peristiwa dan jangan pernah pantang untuk menyerah, kesalahan akan selalu ada disetiap prosesnya maka dari itu tetaplah berusaha dan ikhtiar
- ❖ فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا “Maka sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan” (QS Al-Insyirah: 5-6).

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ❖ **Kedua orang tua dan ayukku yang sangat aku cintai**
- ❖ **Sahabat-sahabat yang selalu menemani dalam setiap langkahku**
- ❖ **Teman-teman program studi Manajemen angkatan 2020**
- ❖ **Almamater biru kebanggaanku**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan Kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Dan tak lupa juga penulis sampaikan shalawat serta salam kepada Nabi besar baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya kejalan yang di ridhoi oleh Allah SWT.

Penulisan skripsi ini dilakukan merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Universitas Tridianti. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Potongan Harga, Pengiriman Barang, dan Support Spanduk Terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua Pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang”**.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir.H. Edizal AE, MS. Selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.si., Ak., CA., CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, M.M Selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.
4. Ibu Lusia Nargis, S.E.,M.Si Selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia membimbing dan memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
5. Bapak Herlan Junaidi, S.E.,M.Si Selaku dosen pembimbing II yang telah memberi bimbingan dan pengarahan selama penulis menyusun skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti yang telah memberikan ilmu selama kuliah.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan doa-doa disetiap langkah dan keputusan yang penulis lakukan.
8. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun secara materil.

9. Orang terkasih, terima kasih sudah memberi semangat sampai titik ini.
10. Sahabat-sahabat seperjuangan yang selalu kebersamai selama proses penyusunan skripsi, semoga Allah Swt kembali mempertemukan kita pada kesempatan yang lebih baik lagi.
11. Teman-teman angkatan 2020 program studi Manajemen Universitas Tridinanti.
12. Almamater biru kebanggaanku.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin dengan kemampuan yang ada, penulis masih menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu saran dan kritik dari pembaca yang bersifat membantu sangat penulis harapkan.

Palembang, September 2024

Aditya Al Rasyid

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aditya Al Rasyid

NIM : 2001110174

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen/S1

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Potongan Harga, Pengiriman Barang, dan Support Spanduk Terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua Pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang”**.dibuat dengan benar dan tidak meniru atau menjiplak atas penelitian orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya siap untuk menanggung segala konsekuensinya.

Palembang, 30 September 2024



Aditya Al Rasyid

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Minat Beli	11
2.1.3 Potongan Harga.....	13
2.1.4 Pengiriman Barang.....	14
2.1.5 <i>Support</i> Spanduk	16
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	17
2.3 Kerangka Berfikir.....	19
2.4 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
3.1.1 Tempat Penelitian	22
3.1.2 Waktu Penelitian	22

3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan data	23
3.2.1	Sumber Data	23
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.3.1	Populasi	24
3.3.2	Sampel	24
3.3.3	Teknik Sampling.....	25
3.4	Rancangan Penelitian	26
3.5	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	26
3.5.1	Variabel Penelitian	26
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	27
3.6	Instrumen Penelitian.....	29
3.6.1	Uji Instrumen	30
3.7	Teknik Analisis Data	32
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.7.3	Analisis Koefisien Korelasi (r)	35
3.7.4	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	36
3.7.5	Uji Hipotesis	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Hasil Penelitian	40
4.1.1	Sejarah PT. Bintang Surya Sindo	40
4.1.2	Visi dan Misi PT. Bintang Surya Sindo.....	42
4.1.3	Struktur Organisasi PT. Bintang Surya Sindo	43
4.1.4	Identitas Responden Penelitian	46
4.1.5	Hasil Uji Instrumen	49
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
4.1.7	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.1.8	Hasil Analisis Koefisien Korelasi (r)	58
4.1.9	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	59
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis	60
4.2	Pembahasan.....	61

4.2.1 Pengaruh Potongan Harga, Pengiriman Barang, dan <i>Support</i> Spanduk Terhadap Minat Beli	61
4.2.2 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli	63
4.2.3 Pengaruh Pengiriman Barang Terhadap Minat Beli.....	63
4.2.4 Pengaruh <i>Support</i> Spanduk Terhadap Minat Beli	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kuantitas Penjualan AMDK Merek Aqua Pada Mini Market di Kota Palembang Desember 2022 s.d Februari 2023	5
Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan.....	18
Tabel 3. 1 Kegiatan Penelitian	22
Tabel 3. 2 Populasi Penelitian	24
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	27
Tabel 3. 4 Pemberian Bobot Skor Skala Ordinal	30
Tabel 3. 5 Intrepretasi Koefisien Korelasi.....	36
Tabel 4. 1 Identitas Responden Penelitian	46
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Potongan Harga (X1).....	50
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Pengiriman Barang (X2).....	50
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Support Spanduk (X3).....	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas Data	55
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	59
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Simultan.....	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	20
Gambar 4. 1 Logo Produk Air Mineral Aqua.....	42
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Bintang Surya Sindo	43
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedastisitas	56

ABSTRAK

Aditya Al Rasyid, Pengaruh Potongan Harga, Pengiriman Barang, dan Support Spanduk Terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua Pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang. (Dibawah bimbingan Ibu Lusia Nargis, S.E.,M.Si dan Bapak Herlan Junaidi, S.E.,M.Si)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga, pengiriman barang, dan *support* spanduk baik secara simultan maupun parsial terhadap minat beli air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang. Objek penelitian ini adalah pengecer air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* di kota Palembang. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Teknik analisis data adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Potongan harga, pengiriman barang, dan *support* spanduk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang. Potongan harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang. Pengiriman barang berpengaruh secara parsial terhadap minat beli air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang. *Support* spanduk berpengaruh secara parsial terhadap minat beli air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang.

Kata Kunci : Potongan Harga, Pengiriman Barang, Support Spanduk, Minat Beli

ABSTRACT

Aditya Al Rasyid, The Effect of Discounts, Delivery of Goods, and Banner Support on Purchase Interest of Aqua Brand Bottled Drinking Water (AMDK) at PT. Bintang Surya Sindo Palembang. (Under the guidance of Mrs. Lusia Nargis, S.E., M.Si and Mr. Herlan Junaidi, S.E., M.Si)

This study aims to determine the effect of discounts, delivery of goods, and banner support both simultaneously and partially on purchase interest of Aqua Brand Bottled Drinking Water (AMDK) at PT. Bintang Surya Sindo Palembang. The object of this study is the retailer of Aqua Brand Bottled Drinking Water (AMDK) in the city of Palembang. The sample in this study was 100 respondents. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that discounts, delivery of goods, and banner support have a simultaneous effect on purchase interest of Aqua Brand Bottled Drinking Water (AMDK) at PT. Bintang Surya Sindo Palembang. Discounts do not have a partial effect on purchase interest of Aqua Brand Bottled Drinking Water (AMDK) at PT. Bintang Surya Sindo Palembang. Shipping of goods has a partial effect on the interest in buying packaged drinking water (AMDK) of the Aqua brand at PT. Bintang Surya Sindo Palembang. Banner support has a partial effect on the interest in buying packaged drinking water (AMDK) of the Aqua brand at PT. Bintang Surya Sindo Palembang.

Keywords: Discounts, Shipping of Goods, Banner Support, Buying Interest

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Aditya al rasyid :lahir 08 september 1999. Merupakan anak dari pasangan Bapak Yuni Erwan dan Ibu Syamsu Nazila. Merupakan anak bungsu dari 4 bersaudara. Saya mengawali pendidikan di Sd muhammadiyah 2 palembang 2005 sd 2011, melanjutkan sekolah menengah di Smp muhammadiyah 1 palembang 2011 sd 2014 dan Smk muhammadiyah 2 palembang 2014 sd 2017/2017 sd 2018 melanjutkan dunia perkerjaan di pt sumber alfariya trijaya tbk dan maret 2019 saya bergabung di pt bintang surya sindo palembang under pt gelatik supra (aqua).

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konsumsi air minum dalam kemasan (AMDK) di Indonesia telah mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Permintaan air minum dalam kemasan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi, urbanisasi, dan peningkatan kesadaran akan pentingnya konsumsi air yang higienis dan aman. Peningkatan aktivitas masyarakat yang semakin *mobile* dan kesadaran akan kesehatan mendorong juga konsumen untuk memilih air minum dalam kemasan yang praktis dan aman. Selain itu, kekhawatiran terhadap kualitas air keran dan air sumur mendorong konsumen untuk beralih ke air minum dalam kemasan yang dianggap lebih aman dan higienis.

Industri AMDK di Indonesia berkembang pesat dengan banyaknya pemain baik lokal maupun internasional. Perusahaan besar seperti *Danone-Aqua*, *Nestle Pure Life*, dan *Mayora (Le Minerale)* mendominasi pasar AMDK. Dalam menghadapi persaingan terhadap kompetitor, perusahaan-perusahaan tersebut perlu melakukan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Minat beli merupakan refleksi dari ketertarikan yang dirasakan oleh individu terhadap suatu produk atau layanan, yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Shahnaz & Wahyono (2016) menyatakan bahwa minat pembelian adalah aspek individual yang tidak dapat diprediksi oleh orang lain, dan berkaitan dengan keinginan dan harapan konsumen. Minat pembelian dibangun melalui sikap konsumen terhadap produk, yang didasarkan pada keyakinan mereka terhadap

produk tersebut. Jika keyakinan konsumen rendah terhadap suatu produk, hal ini dapat mengurangi minat pembelian mereka. Terdapat beberapa faktor yang dapat mendorong minat beli konsumen, diantaranya yaitu potongan harga, pengiriman barang, dan *support* spanduk.

Menurut Gitosudarmo (2019), harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa, termasuk dalam transaksi pembelian langsung maupun melalui platform online seperti marketplace dan media sosial. Harga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian konsumen, di mana konsumen cenderung merasa puas dan lebih mungkin untuk melakukan pembelian ulang jika harga yang ditawarkan sebanding dengan nilai produk atau jasa yang diterima. Adanya potongan harga atau diskon merupakan salah satu daya tarik yang dapat meningkatkan minat beli konsumen (Jackson dkk, 2021).

Potongan harga memiliki dampak yang signifikan terhadap minat beli, seperti yang dinyatakan dalam penelitian oleh (Jackson dkk, 2021) di mana potongan harga secara parsial memberikan dampak positif dan signifikan terhadap minat beli. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Yovalianisa (2020) menyatakan bahwa secara parsial, potongan harga tidak berpengaruh terhadap minat beli. Meskipun demikian, penting untuk mencatat bahwa potongan harga yang cukup signifikan dapat meningkatkan minat beli, sementara jika tidak terdapat potongan harga sesuai dapat menurunkan minat beli yang sejalan dengan temuan penelitian tersebut.

Proses pengiriman barang adalah langkah penting dalam mengantarkan produk kepada konsumen. Selama proses ini, kehati-hatian yang maksimal harus diterapkan untuk mencegah kesalahan, kerusakan, atau masalah lain yang tidak

diinginkan. Saat berbelanja melalui distributor, pengecer sering mempertimbangkan aspek pengiriman, termasuk estimasi waktu pengiriman dan biaya ongkos kirim yang diperlukan (Rahmawati, 2023). Biaya pengiriman barang memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen (Ramadhanti & Prastyatini, 2023). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengecer cenderung membatasi pembelian mereka jika biaya ongkos kirim terlalu tinggi. Pengecer cenderung membandingkan harga sebelum melakukan pembelian, maka biaya ongkos kirim menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tusanputri dan Amron (2021), minat belanja produk di *TikTok Shop* dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan pengiriman. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Latifah (2023) menyatakan bahwa gratis ongkos kirim tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Menurut Tjiptono (2019), promosi merupakan kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli, dan loyal terhadap produk tertentu. Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku bisnis kepada pembeli atau konsumen, yang bertujuan untuk memberikan informasi, membujuk, dan mempengaruhi mereka terkait barang atau jasa yang ditawarkan. Tujuan dari promosi adalah untuk memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dan meningkatkan volume penjualan. Lebih dari sekadar menyampaikan informasi, promosi juga bertujuan untuk menciptakan kondisi di mana konsumen bersedia memilih dan memiliki produk

tersebut. Promosi kreatif merupakan jenis iklan yang mengaplikasikan desain ilustratif, bentuk, warna, dan tata letak yang inovatif dan tidak membosankan (Setiawaty, 2017). Iklan ini berhasil menyampaikan pesan dan informasi dengan cara yang mudah dipahami dan mampu membujuk konsumen. Jenis iklan ini bisa muncul dalam berbagai format salah satunya adalah *support* spanduk.

Penelitian yang dilakukan oleh Adhitya (2017) menunjukkan bahwa iklan spanduk berpengaruh terhadap minat beli. Sementara Hermawan (2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa iklan yang menarik tidak mempengaruhi minat beli.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu distributor air minum dalam kemasan (AMDK) di kota Palembang, yaitu PT. Bintang Surya Sindo. Perusahaan ini memasarkan berbagai merek AMDK, salah satunya yaitu produk *Aqua*. PT. Bintang Surya Sindo memasok produk *Aqua* ke berbagai pengecer di area kota Palembang, terutama menyasar pada *mini market*. Adapun kuantitas penjualan produk *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo pada beberapa *mini-market* bulan Desember 2022 sampai dengan Februari 2023 yaitu sebagai berikut.

Tabel 1. 1
Kuantitas Penjualan AMDK Merek Aqua
Pada Mini Market di Kota Palembang
Desember 2022 s.d Februari 2023
(Dalam dus)

No	Nama Pelanggan	Desember	Januari	Februari	Total Penjualan
1	MM ALDY	8	17	8	33
2	MM RAFAN	4	9	0	13
3	RIDHO MART MINI MARKET	2	0	5	7
4	SIG MART	0	0	6	6
5	MM MAMADANG	38	43	70	151
6	KNE MART	119	29	78	226
7	RAISAH MINI MARKET	103	50	75	228
8	LISA MART	13	26	13	52
9	AL BARIQ MINI MARKET	5	7	4	16
10	HK MART MINI MARKET	23	25	10	58
11	IN MART MINIMARKET	0	1	1	2
12	HAURA MINI MARKET	22	20	38	80
13	MMU MINI MARKET	36	0	0	36
14	KJI MM	65	62	12	139
15	ZAZA MART	17	34	6	57
16	MURAH MM 2	61	77	72	210

(Sumber : PT. Bintang Surya Sindo, 2024)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa penjualan AMDK merek *Aqua* pada beberapa *mini market* mengalami peningkatan dan penurunan (tidak stabil) sepanjang bulan Desember 2022 sampai dengan Februari 2023. Peningkatan dan penurunan penjualan tersebut disebabkan oleh merebaknya isu kemasan BPA pada *Aqua* yang menjadi topik perdebatan dan kekhawatiran bagi sebagian konsumen. BPA atau *Bisphenol A* adalah bahan kimia yang digunakan dalam pembuatan beberapa jenis plastik, termasuk plastik yang digunakan dalam kemasan botol air minum. Bahan kimia tersebut diduga dapat menjadi salah satu bahan karsinogenik (pencetus kanker). Fenomena tersebut menyebabkan kompetitor lainnya sempat

mendominasi penjualan AMDK di kota Palembang sehingga terjadinya penurunan penjualan.

Berdasarkan latar belakang, penelitian terdahulu, dan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Potongan Harga, Pengiriman Barang, dan *Support* Spanduk Terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek *Aqua* Pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah potongan harga, pengiriman barang, dan *support* spanduk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang?
2. Apakah potongan harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang?
3. Apakah pengiriman barang berpengaruh secara parsial terhadap minat beli air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang?
4. Apakah *support* spanduk berpengaruh secara parsial terhadap minat beli air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah pernyataan hasil yang akan dituju dalam suatu penelitian. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Potongan harga, pengiriman barang, dan *support* spanduk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang.
2. Potongan harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang.
3. Pengiriman barang berpengaruh secara parsial terhadap minat beli air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang.
4. *Support* spanduk berpengaruh secara parsial terhadap minat beli air minum dalam kemasan (AMDK) Merek *Aqua* pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, manfaat tersebut diantaranya :

- a. Manfaat Teoritis

Memberikan pengetahuan dan pemahaman ilmu serta referensi kepada peneliti selanjutnya khususnya dengan topik pengaruh potongan harga, pengiriman barang, dan *support* spanduk terhadap minat beli.

b. Manfaat Praktis

1. Sebagai bahan perusahaan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat beli AMDK.
2. Sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan guna pengambilan keputusan perusahaan dalam strategi meningkatkan minat beli konsumen,

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Tantri, Francis (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Rajawali Press.
- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analysing The Effect Of Social Media On Brand Attitude And Purchase Intention: The Case Of Iran Khodro Company. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 143, 822–826.
- Adhitya, R. (2017). *Pengaruh Iklan Spanduk Rokok Bintang Buana Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Karanganom Kecamatan Klaten Utara Kabupaten Klaten)* (Doctoral Dissertation, Universitas Widya Dharma).
- Alma, Buchari, (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Cv Alfabeta
- Agustini, N. K. D. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 127-136.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (Ibm Spss). Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ginting, S. S. (2018). *Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online (Studi Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Kecamatan Pancur Batu)* (Doctoral Dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Gitosudarmo, Indriyo. (2019). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. Bpfeogyakarta.
- Hermawan, D. J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 100-110.
- Jackson, J., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1402-1412.
- Kristiawan, A., Gunawan, I., & Vinsensius, V. (2018). Pengaruh Potongan Harga, Bonus Kemasan, Tampilan Dalam Toko Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 30-44.
- Latifah, L. (2023). Pengaruh Diskon Harga, Gratis Ongkos Kirim Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Aplikasi Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Stiep*, 8(2), 120-127.
- Manap, Abdul (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*, Penerbit Pt. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Nur, E. (2020). Analisis Bentuk Komunikasi Masyarakat Dalam Menyampaikan Informasi Social Distancing Terhadap Penanggulangan Virus Corona Di Kabupaten Gowa. *Pangadereng*, 6(1), 109-118.
- Rahmawati, W., Yuniarta, A. (2023). Minat Konsumen Membeli Produk Online Melalui Tik Tok Shop Ditinjau Dari Kepercayaan, Kualitas Dan Pengiriman Barang. *Journal Of Student Research*, 1(3), 39-47.

- Ramadhanti, S., & Prastyatini, S. L. Y. (2023). Pengaruh Diskon Flash Sale Dan Biaya Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Moderasi. *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 14(04), 1030-1039.
- Ridho, M., Murdiyanto, E., & Rahmawati, Z. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Vandee Sport Kediri. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(7), 110-120.
- Riley, J. M., & Klein, R. (2019). *How Logistics Capabilities Offered By Retailers Influence Millennials' Online Purchasing Attitudes and Intentions*. Young Consumers
- Shahnaz, N. B. F., & Wahyono, W. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Setiawaty, N. A. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(1).
- Sudaryono (2017). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Penyusun Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (2023). *Pedoman Penulisan Skripsi Dan Laporan Akhir*. Palembang : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti
- Tjiptono, Fandy (2021). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 2. Yogyakarta. Andy.
- Tusanputri, A. V., & Amron, A. (2021). Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian. In *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* (Vol. 23, No. 4, Pp. 632-639).
- Widyatmoko, Y. (2019). *Persepsi Pengunjung Terhadap Iklan Pada Iklan Obyek Wisata Alam Sewu Kabupaten Temanggung* (Doctoral Dissertation, Universitas Teknologi Yogyakarta).