

**ANALISIS STRATEGI PENJUALAN SEPEDA MOTOR
MEREK SUZUKI PADA PT. RIAU JAYA
CEMERLANG PEKANBARU**

SKRIPSI

OLEH :

**MUHAMMAD SABRI
11271105051**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2014**

**ANALISIS STRATEGI PENJUALAN SEPEDA MOTOR
MEREK SUZUKI PADA PT. RIAU JAYA
CEMERLANG PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral
Comprehensive Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

OLEH :

MUHAMMAD SABRI
11271105051



**PROGRAM S.1
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2014**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA :MUHAMMAD SABRI

NIM :11271105051

FAKULTAS :EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

JURUSAN :MANAJEMEN PEMASARAN

**JUDUL :ANALISIS STRATEGI PENJUALAN SEPEDA MOTOR
MEREK SUZUKI PADA PT. RIAU JAYA CEMERLANG
PEKANBARU**

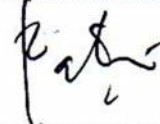
PANITIA PENGUJI

KETUA



DRS. ALPIZAR, M. Si
NIP.19640625199203 1 004

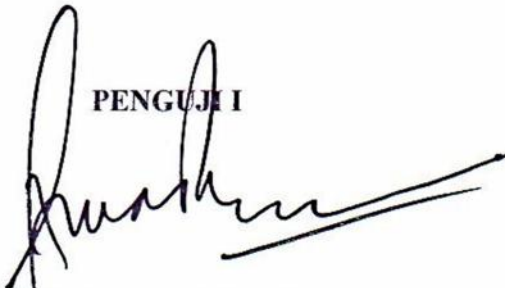
SEKRETARIS



RATNA DEWI S, Sos, Msi
NIP.19811030 200710 2 004

MENGETAHUI

PENGUJI I



RIKI HANRI MALAU, SE, MM
NIP. 19710124 200701 1 020

PENGUJI II



DIANA ERAVIA, SE, M, Si
NIP. 197301062007012013

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PENJUALAN SEPEDA MOTOR MEREK SUZUKI PADA PT. RIAU JAYA CEMERLANG PEKANBARU

Oleh:

MUHAMMAD SABRI

NIM : 11271105051

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Riau Jaya Cemerlang pekanbaru yang mana PT. Riau Jaya Cemerlang pekanbaru merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor merek suzuki, selain penjualan perusahaan ini juga menyediakan jasa perawatan sepeda motor dan penjualan suku cadang asli suzuki. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui starategi penjualan yang dilakukan oleh PT. Riau Jaya cemerlang pekanbaru dan juga untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penjualan Sepeda Motor Merek Suzuki pada PT. Riau Jaya Cemerlang pekanbaru. Pengambilan sampel dengan metode Accedintal sampling, yaitu pengambilan sampel secara sengaja, dengan catatan sampel tersebut mempunyai hubungan dengan permasalahan yang sedang di teliti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linear berganda dan data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS V.20.

Pengujian secara simultan dan parsial menunjukkan bahwa variabel independen (pelayanan, promosi dan sales skill) berpengaruh signifikan dan positif terhadap penjualan sepeda motor merek suzuki pada PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru. Besar sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut adalah sebesar 73,4%. Dari hasil pengujian tersebut diketahui bahwa variabel sales skill memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap penjualan sepeda motor merek suzuki. Dari hasil penelitian dan pembahasan terdiri dari faktor pelayanan, faktor promosi dan faktor sales skill dapat diperoleh kesimpulan bahwa faktor pelayanan, faktor promosi dan faktor sales skill mempengaruhi penjualan.

Kata kunci : faktor pelayanan, promosi, sales skill dan penjualan.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan Alhamdulillah rabbilalamin. Segala puji bagi Allah yang Maha Esa, Maha Pemberi Rizki dan karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “ ANALISIS STRATEGI PENJUALAN SEPEDA MOTOR MEREK SUZUKI PADA PT. RIAU JAYA CEMERLANG PEKANBARU” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sulatan Syarik Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, doa, dukungan, serta saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih kepada

1. Kedua orang tua tercinta Ayahnda **Basri**, dan Ibunda **Nurlaila**, terima kasih telah memberikan do'a yang tak pernah henti serta tunjuk ajar dalam kehidupan ini. Setiap do'a yang engkau lantunkan adalah ketulusan yang tiada pernah ternilai dengan apapun jua dan semoga ALLAH SWT selalu meridoi setiap langkah kita didunia dan diakhirat. Amin
2. Bapak **Dr. MAHENDRA ROMUS, SP. MEc** selaku Dekan Fakultas dan Ilmu Sosial Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3. Bapak **MULYA SOSIADI, SE, MM, AK** selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan dan sarannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
4. Ibu **LUSIAWATI, SE, MBA** selaku penasehat akademis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau.
5. Seluruh dosen dan setaf karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan pendidikan serta bantuannya yang sangat bermanfaat bagi penulis selama perkuliahan terutama dalam penulisan skripsi ini.
6. Pimpinan dan seluruh karyawan PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru yang telah bersedia membantu melengkapi data-data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
7. Untuk kakak ku Neni Anggraini, Amd, dan Nila Yuli Anti, Amk. abang ipar Bustami, serta keponakan ku yang tersayang Naura Nafisyah dan serta saudara-saudara ku yang selalu menjadi inspirasi dan motivasi bagi penulis, terima kasih atas do'a dan dukungan yang di berikan selama ini.
8. Untuk Sahabat-sahabat ku di dalam dan di luar kampus Memi, Reki, Putri, yunis Mardhiyah, Ratna, Saipul, serta teman – teman Pemasaran B yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan dan pengalaman hebat selama kita kuliah bersama. Semoga suatu saat kita dapat kumpul bersama lagi.

9. Seluruh pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas segala amalan dan kebaikan dengan pahala yang setimpal.

Dengan kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Pekanbaru, 26 Juni 2014

Penulis

Muhammad Sabri

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1. Pendahuluan	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB II: TELAAH PUSTAKA	
2.1. Pemasaran	9
2.1.1. Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Strategi Pemasaran	11
2.2. Penjualan	15
2.2.1 Pengertian Penjualan	15
2.2.2 Konsep dan Strategi Penjualan	16
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan ..	18
2.3. Pengertian Merek	23
2.4. Segmentasi Pasar	23
2.5. Target Pasar	24
2.6. Positioning	26
2.7. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	27
2.8. Pelayanan (<i>Service</i>)	28
2.9. Promosi	31
2.10. Kemampuan Tenaga Penjual (<i>Sales Skill</i>)	34
2.11. Penjualan dalam Pandangan Islam	36
2.12. Penelitian Terdahulu	39
2.13. Hipotesis	40
2.14. Variabel Penelitian	41
2.15. Kerangka Pemikiran	41
2.16. Devenisi Opeasional Variabel dan Indikator	42
BAB III: METODE PENELITIAN	
3.1. Lokasi Penelitian	43
3.2. Jenis dan Sumber Data	43

3.3.	Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.	Populasi dan Sampel	44
3.4.1	Populasi	44
3.4.2	Sampel	45
3.5.	Teknik Analisa Data	46
3.5.1	Uji Kualitas Data	47
a.	Validitas	48
b.	Uji Reliabilitas	48
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	49
a.	Uji Normalitas	49
b.	Uji Multikolinearitas	49
c.	Uji Autokorelasi	50
d.	Uji Heteroskedastisitas	51
3.5.3	Uji Hipotesis	51
a.	Uji Secara Parsial (Uji t)	52
b.	Uji Secara Simultan (Uji F)	52
c.	Koefisien Determinasi (R^2)	53

BAB IV: GAMBARAN UMUM PT. RIAU JAYA CEMERLANG PEKANBARU

4.1.	Sejarah Singkat Perusahaan	54
4.2.	Visi dan Misi Perusahaan	54
4.2.1.	Visi	55
4.2.2.	Misi	55
4.3.	Struktur Organisasi	55
4.4.	Aktivitas Perusahaan	59

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1.	Karakteristik Responden	61
5.1.1	Jenis Kelamin	61
5.1.2	Usia	62
5.1.3	Pekerjaan	62
5.2.	Deskripsi Variabel	63
5.2.1	Pelayanan	63
5.2.2.	Promosi	65
5.2.3	Sales Skill	67
5.2.4	Penjualan	68
5.3.	Uji Kualitas Data	69
5.3.1	Validitas	69
5.3.2	Reliabilitas	71
5.3.3	Uji Normalitas Data	71
5.4.	Uji Asumsi Klasik	72
5.4.1	Uji Multikolonieritas	72
5.4.2	Uji Autokolerasi	73
5.4.3	Uji Heterokedastisitas	74
5.5.	Analisis Regresi Linear Berganda	75

5.6. Pengujian Hipotesis	77
5.6.1 Uji T (Uji Persial)	77
5.6.2 Uji F (Uji Simultan)	79
5.6.3 Koefesien Determinasi (R^2).....	80
BAB VI: PENUTUP	
6.1. Kesimpulan	82
6.2. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	