

PERISTIAHAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
NO. USF HF/1390/per-ump/2011
SEMESTER

**AKTIVITAS PROMOSI TERHADAP PELAYANAN JASA PADA
CATERING USAHA MUDA PALEMBANG**

SKRIPSI



OLEH :

NAMA : Muhammad Zaid

NIM : 21.2007.212.P

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI**



PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Zaid

NIM : 21.2007.212.P

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, Agustus 2009

Penulis,



Muhammad Zaid

Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **AKTIVITAS PROMOSI TERHADAP PELAYANAN
JASA PADA CATERING USAHA MUDA
PALEMBANG**

Nama : **Muhammad Zaid**

NIM : **21.2007.212.P**

Fakultas : **Ekonomi**

Jurusan : **Manajemen**

Mata Kuliah Pokok : **Manajemen Pemasaran**

**Diterima dan disyahkan
Pada tanggal**

Pembimbing


(Arniza Nilawati, SE, M.M)

Mengetahui

Dekan

u.b. Koordinator Kelas Reguler Malam .



(M. Orba Kurniawan, SE. SH)

MOTTO :

**"HANYA KEPADA ENGKAU-LAH
KAMI MENYEMBAH
DAN HANYA KEPADA ENGKAU-LAH
KAMI MEMINTA PERTOLONGAN"**

KUPERSEMBAHKAN

UNTUK :

- **KEDUA ORANG TUAKU
TERCINTA**
- **ISTRIKU TERCINTA,
PUSPA SARI DEWI, AMD**
- **KAKAK-KAKAK DAN
ADIK-ADIKKU
TERSAYANG**
- **TEMAN-TEMANKU
YANG TERBAIK**
- **ALMAMATERKU**

PRAKATA

Alhamdulillahirobbil 'Alamin, penulis panjatkan segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul :”Aktivitas Promosi Terhadap Pelayanan Pada Jasa Catering Usaha Muda Palembang” dapat selesai tepat pada waktunya.

Aktivitas Promosi sangat berpengaruh terhadap Pelayanan Jasa apalagi pada saat ini banyak perusahaan sejenis yang berlomba-lomba menarik konsumen sehingga persaingan semakin ketat. Untuk itulah penulis memberikan judul Skripsi ini Aktvitas Promosi Terhadap Pelayanan Jasa Pada Catering Usaha Muda Palembang, dengan adanya saran dan masukan dari konsumen maka kelangsungan hidup perusahaan dalam menarik konsumen dapat lebih bersifat positif atau meningkat.

Penulis menyadari dalam penyusunan Skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang penulis miliki, untuk itu dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang dapat membangun guna terciptanya kesempurnaan dimasa yang akan datang.

Penulisan skripsi ini banyak dibantu semua pihak, terutama kedua orang tuaku Ayahanda Drs. H. Harun Yusuf dan Ibunda Hj. Nyimas Rosidah tercinta yang selalu berdoa untuk keberhasilan penulis serta kakak-kakak dan adik-adikku yang telah memberikan dukungan material maupun spiritual, penulis mengucapkan terima kasih atas dorongan dan doa serta kesabarannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini pula dengan segala kerendahan hati, izinkanlah penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak H.M. Idris, S.E, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak M. Taufiq Kurniawan, S.E., Ak., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Bapak M. Orba Kurniawan, S.E, S.H selaku Ketua Koordinator Kelas Reguler Malam Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Hj Kholilah S.E, M.Si selaku Wakil Koordinator Jurusan Manajemen Kelas Reguler Malam Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Ibu Arniza Nilawati, SE. MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bantuan dan pengarahan kepada saya sejak awal hingga selesainya Skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang
7. Ibu Hj. Nyimas Rosidah selaku Pimpinan Catering Usaha Muda Palembang serta seluruh karyawan yang telah banyak membantu penulis.
8. Teman-teman KKN di Desa Atar Balam yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

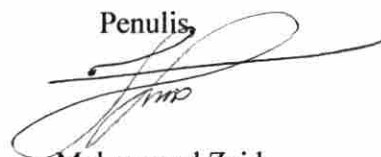
9. Kepada sahabat-sahabatku yakni M. Yusuf Zultriadi S.E, Tengku Hendara, Riyas Maniar Riska, A.Md dan A Gilang P SE, Nina Hiaru, S.Pd, Andy Setiawan, Ringga, Lisa, Rina, Evi Tropical, Robby, yang telah memberikan motivasi saya. Terkhusus juga buat Istriku tercinta (Puspa Sari Dewi, Amd) yang sangat pengertian dan selalu memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta semua teman-teman seperjuangan yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik kalian. Penulis menyadari atas kekurangan-kekurangan dalam Skripsi ini yang masih jauh dari sempurna baik dalam penyajian dalam susunan kata-katanya. Hal ini mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki.

Akhir kata Penulis mengharapkan semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Amin .

Palembang, Agustus 2009

Penulis,



Muhammad Zaid

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAM PENGESAHAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PRAKATA	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Pustaka	5
1. Penelitian Sebelumnya	5
2. Landasan Teori	7
a. Pengertian Promosi.....	7
b. Aktivitas dan Tujuan Promosi.....	8



c. Manfaat Promosi	9
d. Periklanan.....	10
B. Hipotesis	11

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	12
B. Tempat Penelitian	13
C. Operasionalisasi Variabel	13
D. Populasi dan Sampel	15
E. Data yang diperlukan	16
F. Teknik Pengumpulan Data	16
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	18
1. Uji Instrumen Penelitian	18
2. Analisis Data	19
3. Teknik Analisis	20

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	23
1. Gambaran Umum Catering Usaha Muda Palembang.....	23
2. Struktur Organisasi.....	25
3. Gambaran Data Hasil Kuisisioner.....	28
4. Analisis Statistkik.....	40
B. Pembahasan Hasil Penelitian	51

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	57
B. Saran	58

DAFTAR PUSAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel III.1	Operasional Variabel.....	14
Tabel IV.1	Frekuensi Data Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel IV.2	Frekuensi Data Berdasarkan Intensitas Penggunaan Catering.....	30
Tabel IV.3	Frekuensi Data Berdasarkan Jenis Responden....	31
Tabel IV.4 - 12	Jawaban Responden Terhadap Item-item Aktivitas Promosi (X).....	31-35
Tabel IV.13 – 21	Jawaban Responden Terhadap Item-item Pelayanan Jasa Catering (Y).....	36-40
Tabel IV.22	Hasil Uji Validitas Item-item Aktivitas Promosi (X).....	41
Tabel IV.23	Hasil Uji Validitas Item-item Jasa Pelayanan Catering (Y).....	42
Tabel IV.24	Hasil Uji Reabilitas Item-item Aktivitas Promosi (X).....	43
Tabel IV.25	Hasil Uji Reabilitas Item-item Jasa Pelayanan Catering (Y).....	44
Tabel IV.26	Coefficients (Analisa Regresi).....	45
Tabel IV.27	Model Summary (Uji Koefisien Determinan).....	46
Tabel IV.28	Correlations (Uji Korelasi).....	46
Tabel IV.29	Anova (Uji F).....	48
Tabel IV.30	Coefficients (Uji t).....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV. 1	Kurva Uji F untuk Pengaruh Aktivitas Promosi (X) Terhadap Jasa Pelayanan Catering (Y).....	49
Gambar IV. 2	Kurva Uji t Pengaruh Aktivitas Promosi (X) terhadap Jasa Pelayanan Catering (Y).....	50

ABSTRAK

Muhammad Zaid / Aktivitas Promosi Terhadap Pelayanan Jasa Pada Catering Usaha Muda Palembang.

Adapun rumusan masalahnya adalah bagaimana pengaruh Aktivitas Promosi Terhadap Pelayanan Jasa Pada Catering Usaha Muda Palembang?. Untuk menganalisis pengaruh aktivitas promosi terhadap pelayanan pada Jasa Catering Usaha Muda. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah Adanya pengaruh aktivitas promosi terhadap pelayanan Jasa pada Catering Usaha Muda Palembang.

Jenis penelitiannya adalah asosiatif. Tempat penelitian di Catering Usaha Muda jalan K.H.A. Azhari No. 511 Rt. 09 Rw. 03 Tangga Takat Palembang Sumatera Selatan. Operasionalisasi variabel adalah Aktivitas Promosi dengan indikator yaitu Periklanan berupa Media Cetak, Elektronik, Luar Ruag serta Pelayanan Jasa Catering dengan indikator yaitu Kepuasan Rasa Masakan, Kepuasan Tata Meja, Kapuasan Pelayanan Karyawan. Populasi yaitu konsumen (Perusahaan, yayasan/akademisi, organisasi) yang pernah menggunakan jasa Catering dan diketahui sebanyak 40 konsumen serta Sampelnya sebanyak 36 yang didapat dengan menggunakan tabel *Krejcie* dan *Nomogram Harry King*. Data yang digunakan adalah Primer dan Sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitaitf. Teknik analisis yaitu regresi dan korelasi liner sederhana dengan menggunakan program SPSS Ver. 12.0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Aktivitas Promosi Terhadap Pelayanan Jasa Pada Catering Usaha Muda Palembang.

Kata kunci : Aktivitas Promosi dan Pelayanan Jasa Catering

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini sektor jasa catering sangatlah membantu masyarakat untuk menyelenggarakan berbagai acara. Agar usaha jasa catering ini bisa diterima dengan baik dan bisa lebih meningkatkan penggunaan jasa tersebut, maka perlu suatu strategi pemasaran yang baik seperti promosi advertising, personal selling, publisitas, promosi penjualan dan lain-lain. Sehingga nantinya bagi calon konsumen yang ingin memakai dan menggunakan jasa tersebut tertarik untuk menggunakan jasa catering tersebut.

Seiring kemajuan ekonomi akan menentukan tingkat kesejahteraan suatu masyarakat. Kemajuan yang dimaksud akan membuka peluang yang luas terhadap munculnya usaha-usaha yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat. Terbukanya usaha dalam skala makro akan menggerakkan sumber daya manusia ini dinamika yang akan mengarah pada kemampuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat yang lebih baik.

Diantara usaha-usaha tersebut kita dapat melirik dibidang jasa seperti pelayanan jasa catering. Ada berbagai macam paket pelayanan jasa catering yang ditawarkan dalam menjalankan usaha tersebut.

Membahas masalah promosi banyak permasalahan dan hal yang perlu dikaitkan untuk kelancaran dengan kemajuan usaha catering ini. Strategi



pemasaran selalu mengkaitkan dengan 4P yaitu *produk, price, promosi, dan place* ditambah 3P untuk bidang pemasaran jasa yaitu *Person (orang), Phisycal evidence (bukti fisik) dan Process (proses)*. Dengan mengkaitkan 4P dan 3P sebagai bagian dari variable sangat membantu bagi perusahaan untuk mempromosikan produk jasanya kepada konsumen.

Promosi selalu digunakan oleh perusahaan sebagai media untuk memperkenalkan produk baik berupa barang ide atau jasa dengan cara yang persuasif kepada konsumen. Sehingga dapat membujuk konsumen untuk menggunakan produk dan jasa tersebut. Penggunaan alat-alat promosi yang tepat serta kebijakan dalam promosi maka suatu perusahaan akan menunjukkan suatu keunggulan apabila digunakan dengan sebaik-baiknya. Dengan dipakainya dan digunakannya produk jasa tersebut sehingga dapat meningkatkan keuntungan atau laba pada perusahaan yang bersangkutan.

Catering Usaha Muda Palembang adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyediaan makanan serta alat-alatnya untuk berbagai acara atau pesta. Sampai saat ini volume penggunaan jasa dicatering usaha muda turun-naik atau tidak tetap ini disebabkan dengan semakin banyaknya pesaing-pesaing khususnya dikota Palembang. Untuk meningkatkan volume panggunaan jasa pada catering usaha muda banyak usaha yang dapat dilakukan salah satunya adalah promosi. Selama ini catering usaha muda hampir tidak menggunakan promosi untuk memperkenalkan dan memperluas segment pasar.

Dengan promosi yang tidak hanya satu kali dilakukan seperti yang pernah dilakukan oleh catering usaha muda lewat media cetak akan mendorong seseorang atau kelompok untuk menggunakan jasa catering usaha muda tersebut. Dan dengan promosi juga seseorang atau kelompok akan dapat lebih mudah mengetahui tentang jasa catering yang ditawarkan oleh catering usaha muda.

Dengan demikian jelas bahwa kegiatan promosi memegang peranan penting dalam hal memasarkan produk barang maupun jasa.

Melihat permasalahan diatas, penulis untuk melakukan penelitian dengan judul Aktivitas Promosi Terhadap Pelayanan Jasa Pada Catering Usaha Muda Palembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat dilihat dan dirumuskan permasalahan bagaimana pengaruh aktivitas promosi terhadap pelayanan Jasa Pada Catering Usaha Muda.

C. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis pengaruh aktivitas promosi terhadap pelayanan Jasa Pada Catering Usaha Muda.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Menerapkan teori-teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di fakultas Ekonomi khususnya yang bergubungan dengan pemasaran dan perilaku konsumen.

2. Bagi Pihak Perusahaan

Dapat memberikan saran dan informasi yang bermanfaat dan strategi promosi yang tepat dalam meningkatkan penggunaan jasa catering.

3. Bagi Almamater

Sebagai bahan pertimbangan penting bagi penelitian yang serupa dimasa yang akan datang

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka

1. Penelitian Sebelumnya

Berdasarkan penilitan sebelumnya berjudul Startegi Promosi Dalam Meningkatkan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Di PT. Indah Jaya Ekspres Cabang Palembang, yang diteliti oleh Arief (2005). Rumusan masalah dalam penelitian tesebut adalah bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan penggunaan jasa pengiriman barang di PT. Indah Jaya Ekspres Cabang Palembang. Adapun tujuannya adalah untuk mengetahui strategi promosi yang tepat dalam meningkatkan penggunaan jasa pengiriman barang di PT. Indah Jaya Ekspres Cabang Palembang.

Terdapat dua variable yang digunakan yaitu: strategi promosi dan jasa pengiriman barang. Data yang digunakan adalah data primer yaitu jawaban yang diberikan responden dan data sekunder yaitu volume penjualan jasa, layanan iklan yang pernah digunakan Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dokumentasi, kuisisioner. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Indah Jaya Ekspres Cabang Palembang belum memiliki strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan penggunaan jasa pengiriman barang.

Penelitian yang lainnya berjudul strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan rumah pada PT. Sinar Jaya Fika Permai Palembang, yang diteliti oleh Supandiansyah (2009). Adapun rumusan masalahnya yaitu bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan rumah pada PT. Sinar Jaya Fika Permai. Sedangkan metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu saat kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Jenis penelitian adalah diteliti untuk mendapatkan data yang diperlukan, serta melakukan wawancara dan dokumentasi tentang data volume penjualan. Penelitian dilakukan di jalan motif/indomi Km. 8 Palembang.

Dengan operasional variabelnya yaitu strategi promosi, dengan indikatornya periklanan, personal selling serta volume penjualan dengan indikatornya volume penjualan selama 5 tahun terakhir. Setelah mengolah data operasional tersebut maka didapatkan hasil analisisnya bahwa kegiatan promosi yang digunakan PT Sinar Jaya Fika Permai Palembang yaitu media cetak, media elektronik serta memberikan diskon, strategi yang digunakan telah berhasil meningkatkan volume penjualan walau tidak signifikan, sebaiknya



perusahaan tersebut menggunakan bauran promosi yang ada sehingga volume penjualan dapat meningkat dengan yang diharapkan.

2. Landasan Teori

Landasan Teori terdiri dari:

a. Pengertian Promosi

Menurut Basu Swasta (2000:222) promosi adalah salah satu variable marketing mix yang digunakan perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya.

Menurut Fandy Tjiptono (1999:95) promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan menngikatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Jadi promosi merupakan kegiatan penyampaian infromasi tentang keberadaan suatu produk baik berupa barang, ide atau jasa dengan cara persuasive sehingga dapat membujuk konsumen terhadap produk dengan tujuan menciptakan pertukaran produknya agar bersedia menerimam memberi dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Ada beberapa langkah yang dapat digunakan dalam mengembangkan program promosi atau komunikasi yaitu:

- 1) Mengidentifikasi khalayak sasaran.

- 2) Menentukan tujuan-tujuan komunikasi
- 3) Merancang lpesan
- 4) Menyeleksi saluran-saluran komunikasi
- 5) Menetapkan jumlah anggaran
- 6) Mengatur hasil-hasil produksi
- 7) Mengelola dan mengkoordinasikan proses keseluruhan komunikasi pemasaran

b. Aktivitas dan Tujuan Promosi

Menurut Fandy Tjiptono (1999:233) didalam melakukan promosi perusahaan harus memiliki berbagai strategi agar promosi yang akan dijalankan dapat berhasil dengan baik. Strategi promosi adalah sesuatu yang berkaitan dengan masalah-masalah perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian komunikatif persuasive dengan pelanggan. Strategi ini biasanya untuk menentukan proporsi iklan, penjualan pribadi, publisitas dan promosi penjualan. Kegiatan promosi juga diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Usaha-usaha yang dilakukan melalui kegiatan promosi haruslah sejalan dengan rencana yang berperan dalam meningkatkan penjualan serta dalam meningkatkan ketenaran merk selama ini bahkan lebih ditingkatkan dengan menggunakan alat promosi yang tepat.

Menurut Fandy Tjiptono (1999:221) tujuan promosi yang utama adalah sebagai berikut:

- 1) Menginformasikan
- 2) Membujuk
- 3) Mengingat
- 4) Modifikasi tingkah laku

c. Manfaat Promosi

Beberapa manfaat yang diperoleh perusahaan bila melakukan promosi menurut Fandy Tjiptono (1999:221) yaitu :

- 1) Promosi dapat menyampaikan informasi kepada pasar baik mengenai ciri-ciri produk dan jasa maupun kelebihanannya
- 2) Promosi dapat membantu perusahaan dalam mencapai target penjualan
- 3) Promosi dapat membantu perusahaan dan menciptakan tentang perusahaan yang baik
- 4) Promosi dapat membantu perusahaan mendistribusi hasil produksinya dan memperkenalkan produk dan jasanya kepada konsumen sehingga dapat membujuk konsumen terhadap produk dengan tujuan menciptakan pertukaran produknya agar bersedia menerima, memberi, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

d. Periklanan

Menurut Basu Swasta (2000:350) periklanan atau advertising adalah segala bentuk prestasi non personal tentang ide barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor yang diketahui.

Menurut Fandy Tjiptono (1999:242) media-media yang dapat digunakan dalam periklanan secara umum dapat dibagi tiga kategori umum yaitu:

1) Media Cetak

Media cetak yaitu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan dengan sejumlah kata, gambar atau foto, baik dalam tata warna maupun hitam putih. Bentuknya biasanya berupa iklan baris, iklan display, suplemen dan iklan layanan masyarakat.

2). Media Elektronik

Media elektronik yaitu media dengan teknologi elektronik dan hanya digunakan bila ada jasa transmisi saran. Bentuknya biasanya berupa sponsorship, iklan layanan masyarakat dan lain-lain.

3). Media Luar Ruang

Media iklan biasanya berukuran besar yang dipasang ditempat-tempat terbuka seperti dipinggir jalan, dipusat keramaian, atau ditempat-tempat khusus lainnya. Jenis media luar ini meliputi billboard, baleho, poster, spanduk, transit, balon raksasa dan lain-lain.

C. Hipotesis

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah Adanya pengaruh aktivitas promosi terhadap pelayanan Jasa Pada Catering Usaha Muda Palembang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2006:11) Jenis penelitian ditinjau dari tingkat eksplanasinya ada tiga macam yaitu :

1. Penelitian Deskriptif

Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

2. Penelitian Komparatif

Penelitian Komparatif adalah suatu penelitian yang bersifat membandingkan. Disini variabelnya masih sama dengan penelitian variabel mandiri tetapi untuk sampel yang lebih dari satu atau dalam waktu yang berbeda.

3. Penelitian Asosiatif atau hubungan

Penelitian Asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih (Sugiyono 2006 :11). Pada penelitian ini



minimal terdapat dua variable yang dihubungkan yaitu variable aktivitas promosi dan pelayanan pada jasa catering.

B. Tempat Penelitian

Unit ini adalah Catering Usaha Muda Palembang yang beralamat Jl. KH. Azhari No. 511 Rt. 09 Tangga-takat Plaju Palembang.

C. Operasionalisasi variable

Dalam batasan penelitian ini penulis menggunakan beberapa variabel yang menunjang dalam proses penelitian yaitu:

1. Variabel Independen, yaitu Aktivitas Promosi (X)
2. Variabel Dependen, yaitu Pelayanan Jasa Catering (Y)



Tabel I. 1

Operasional variable Aktivitas Promosi dan Pelayanan Jasa Catering

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Aktivitas Promosi (X)	Cara yang dilakukan oleh Catering Usaha Muda dalam mencapai sasaran pemasaran,	Periklanan -Cetak -Elektronik -Luar ruang	Ordinal
2.	Pelayanan Jasa Catering (Y)	Aktivitas menggunakan jasa Catering Usaha Muda yaitu dengan menyediakan layanan jasa catering untuk mendapatkan keuntungan.	-Kepuasan masakan -Kepuasan tata meja -Kepuasan pelayanan karyawan	Ordinal

Sumber : Penulis

D. Populasi dan Sampel

Menurut M. Iqbal Hasan (2005:84) Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti. Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.

Populasi (N) dalam penelian ini adalah semua konsumen (perusahaan) yang telah menggunakan Jasa Catering Usaha Muda yaitu kurang lebih 40 konsumen dan bersifat finite (diketahui/terbatas). Sedangkan jumlah sampel (n) yang dihitung dengan menggunakan tabel *Krejcie* dan *Nomogram Harry King* sehingga didapat sampel sebanyak 36 konsumen, menurut Sugiyono (2006:62-63) *Krejcie* dalam melakukan pehitungan sampel ukuran sampel didasarkan atas kesalahan 5 %. Jadi sampel yang diperoleh itu mempunyai kepercayaan 95 % terhadap populasi.

Metode penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Sampling Purposive*, menurut Sugiyono (2006:61) yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang disiplin pegawai, maka sampel yang dipilih adalah orang yang ahli dalam bidang kepegawaian saja. Dalam hal ini peneliti mengambil sampel pada konsumen khususnya konsumen yang pernah menggunakan Jasa Catering Usaha Muda.

E. Data yang Diperlukan

Menurut Husien Umar (2005:42-43) data yang diperlukan yaitu:

1.) Data Primer

Data yang diperoleh sendiri oleh penulis yang didapat dari para responden melalui daftar pertanyaan atau kuesioner.

2) Data Sekunder

Data yang diperoleh dari lembaga yang diteliti, dimana data tersebut telah diolah terlebih dahulu oleh lembaga tersebut.

Data yang terdapat dalam penelitian ini yaitu data primer berupa jawaban yang diberikan responden dari daftar pertanyaan yang diberikan kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa Catering Usaha Muda.

Sedangkan data sekundernya yang merupakan data pendukung yaitu volume penjualan jasa catering.

F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Indriantoro dan Supomo (2002:152) menyatakan bahwa pengumpulan data dapat menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1). Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian.

2). Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis langsung ke objek langsung baik menggunakan peralatan mekanik atau tanpa menggunakan peralatan mekanik.

3). Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan penyelidikan melalui sumber dokumen, baik yang terjadi dimasa lampau atau dimasa sekarang.

4). Kuisisioner

Yaitu teknik pengumpulan data dengan metode survei yang menggunakan pertanyaan kepada subyek penelitian secara tertulis.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi dalam bentuk kuisisioner.

G. Analisis Data dan Teknik Analisis

1. Uji Instrumen Penelitian

Menurut Azwar (2004:79), terdapat dua alat uji instrument yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Uji Validitas

Yaitu sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

b. Uji Reliabilitas

Yaitu suatu ukuran yang digunakan untuk menilai apakah alat ukur yang digunakan mampu memberikan nilai pengukuran yang konsisten, atau dengan kata lain reliabilitas merupakan peluang mendapatkan hasil yang sama pada pengukuran yang dilakukan berulang kali. Alat ukur terandal jika indeks keterandalannya lebih besar dari 0.70.

2. Analisis Data

Analisis data menurut Soeratno dan Lincoln (2003:126) terdiri dari:

a. Analisis Kualitatif

Adalah analisis yang dilakukan jika data yang dikumpulkan hanya sedikit, bersifat monografis atau berwujud kasus-kasus sehingga tidak dapat disusun ke dalam suatu struktur klasifikatoris.

b. Analisis Kuantitatif

Adalah analisis yang dilakukan jika data yang dikumpulkan berjumlah besar dan mudah diklasifikasikan dalam kategori.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa kualitatif dan kuantitatif. Secara kualitatif digunakan skala likert dengan pilihan jawaban responden sebagai berikut:

Sangat Setuju	: SS
Setuju	: S
Netral	: N
Tidak Setuju	: TS
Sangat Tidak Setuju	: STS

Kemudian dikuantitatifkan sebagai berikut:

Sangat Setuju	: 5
Setuju	: 4
Netral	: 3
Tidak Setuju	: 2
Sangat Tidak Setuju	: 1

3. Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian menggunakan rumus regresi linear dan korelasi linear sederhana dan Analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan program SPSS Ver. 12.0

Menurut Iqbal Hasan (2005:219-221) untuk mencari hubungan antar variabel dapat menggunakan:

Regresi Linear Sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y : Pelayanan Jasa Catering

X : Aktivitas Promosi

a : Bilangan Konstan (Konstanta), yang menunjukkan besarnya nilai Y jika $X = 0$

b : Koefisien X

Menurut Sugiyono (2006:245) untuk mencari nilai a dan b dapat juga dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Sedangkan untuk mencari berapa besar pengaruh aktivitas promosi terhadap pelayanan jasa catering digunakan rumus koefisien kolerasi yaitu:

$$r = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

r = koefisien kolerasi

n = jumlah sampel

X = aktivitas promosi

Y = pelayanan jasa catering

Untuk menguji hipotesis penelitian akan melakukan uji t yaitu untuk melihat koefisien regresi dan koefisien korelasi tersebut memberikan pengaruh dan hubungan yang nyata atau tidak terhadap penjualan. Menurut M. Iqbal Hasan (2005:241) langkah-langkah pengujian hipotesis adalah:

- a. Tentukan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_1) dari hipotesis tersebut akan disimpulkan:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh aktivitas promosi terhadap pelayanan jasa catering.

H_1 : Terdapat pengaruh aktivitas promosi terhadap pelayanan jasa catering.

- b. Tentukan α dalam hal ini $\alpha = 0,05$ atau 5 % dan harga tabel berdasarkan taraf signifikan dan derajat kebebasan dengan rumus:

$$t = \frac{\alpha}{2} : df (n - 2)$$

t = Nilai tabel

df = Derajat kebebasan

α = Taraf signifikan

n = Jumlah sampel

- c. Menentukan kriteria pengujian

H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila t hitung $\geq t$ tabel

H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila t hitung $< t$ tabel

- d. Hitung nilai statistik pengujian dengan rumus:

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Dimana:

t = Uji statistik

n = Jumlah data

r = Korelasi

- e. Kesimpulan

Menerima atau menolak H_0

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

Catering Usaha Muda Palembang merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak dibidang perdagangan barang dan jasa, berupa catering dan penyelesaian perlengkapan-perengkapan pesta, yang diprakarsai dan dipimpin langsung oleh Ibu Hj. Nyimas Rosidah.

Adapun eksistensi dan legalitas perusahaan telah diakui oleh pemerintah Indonesia dengan diterbitkannya:

- a. Surat Izin Usaha Dagang (SIUP) No. 692830/06/3/PM/XI/1194(PB)
- b. Tanda daftar perusahaan (TDP) No. 060635104545
- c. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) No. 1.675.948.2-306

Diawali pada tahun 1992 Ibu Hj. Nyimas Rosidah bertemu dengan teman lamanya Baiduri Sersan, karena Bapak Baiduri tersebut mengetahui bahwa Ibu Rosidah memiliki keahlian dalam memasak, maka Bapak Baiduri menawarkan pada Ibu Rosidah untuk menangani masalah konsumsi dalam perayaan pernikahan anaknya sebanyak 1000 Porsi, dengan harga pada waktu itu hanya Rp. 2.500/porsi.

Dengan mengandalkan modal tunggal Ibu Rosidah, ditambah uang awal sebesar 40% dari jumlah keseluruhan pesanan dan diperbantukan 7 orang tetangga-tegangannya serta dengan menyewa perlengkapan-



perlengkapan catering dengan salah satu perusahaan catering yang sudah maju, akhirnya pesanan pertama itu sukses.

Pada pesanan pertama ini diperoleh hasil yang cukup memuaskan dan kemudian salah satu dari tamu undangan pada acara pernikahan anak Bapak Baiduri tersebut merasa tertarik dengan masakan Ibu Rosidah dan menawarkan lagi pada Ibu Rosidah untuk menangani masalah konsumsi untuk acara yang sama yaitu acara pernikahan anaknya, dengan memesan untuk 700 porsi pada saat acara itu juga.

Mulai dari pesanan yang kedua inilah Ibu Rosidah merasa tertarik untuk membuka usaha catering karena melihat prospek yang sangat bagus sekali kalau membuka usaha yang berhubungan dengan makanan sebab usaha seperti ini selamanya dibutuhkan dan konsumen tidak akan pernah habis tapi kemungkinannya hanya menurun atau meningkat saja.

Pada tahun 1994 Ibu Rosidah beserta adiknya mulai membuka Catering, yang diberi nama Catering Usaha Muda, dengan mengandalkan keahlian memasak dan modal yang diperkirakan sudah cukup dari hasil kedua pesanan tersebut serta keuletan dan ketekunan yang dimiliki Ibu Rosidah

Satu tahun pertama memang tidak terlalu banyak jumlah pesanan yang diterima tetapi cukup untuk membeli perlengkapan dan peralatan catering yang diperlukan sedikit demi sedikit, dan pada tahun kedua nama Catering Usaha Muda pun mulai dikenal banyak orang dan secara otomatis jumlah pesanan pun meningkat terus.

Dengan semakin meningkatnya usaha Ibu Rosidah pada tahun 1995, Ibu Rosidah mulai menambahkan usahanya dengan menyewakan pelaminanan, dan sudah memiliki 2 mobil Pick Up, Untuk mengantar makanan-makanan serta barang-barang pesanan.

Melihat usaha Catering Usaha Muda mulai maju maka pada tahun 1998 dari keputusan Menteri Kesehatan RI, Catering Usaha Muda mendapatkan Izin Penyehatan Makanan Jasa Boga.

Nomor : 03.06.01.0007

Nomor IPM : 503/2038/PL/Kes/98

2. Struktur Organisasi

Organisasi merupakan salah satu dari fungsi-fungsi manajemen, dimana didalam organisasi tersebut terdapat beberapa atau sekelompok orang yang melakukan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya, maka perlu adanya pembagian atau penggolongan tugas-tugas yang akan dilakukan sesuai aktivitas yang dilakukan oleh organisasi itu sendiri.

Menurut G.R. Terry dan L.W. Reu (1996:120), bnyak orang percaya bahwa seorang manajer atau seorang pegawai yang baik, haruslah mampu untuk melaksanakan dengan baik, tanpa memandang struktur organisasi dan lingkungan. Karena percaya, jika manager dan pegawai cukup baik, maka mereka dapat mengetahui hambatan-hambaan yang mungkin diadakan oleh struktur organisasi. Yang lain-lain percaya, bahwa

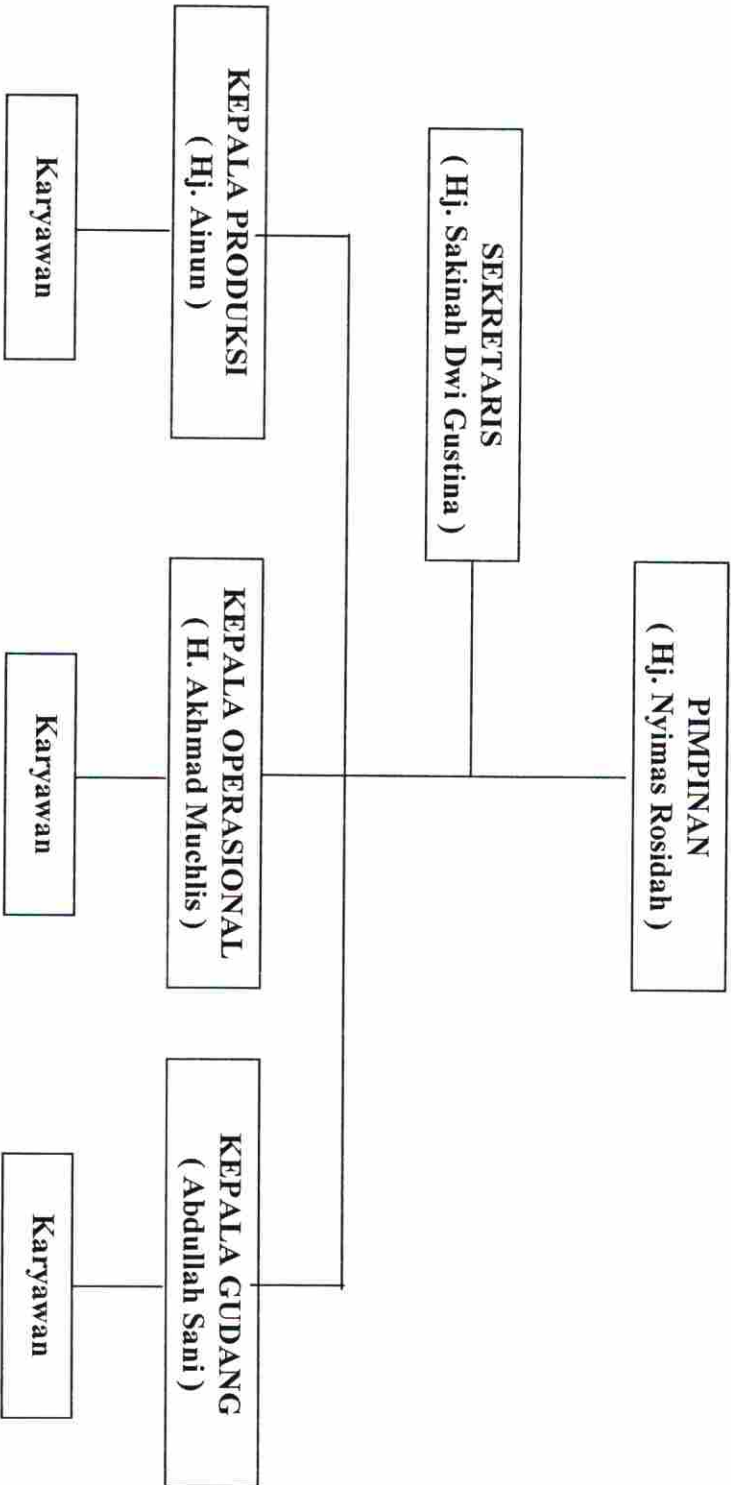
kalau struktur organisasinya tepat, maka harusnya tiap orang mampu melaksanakan dengan cara yang dapat diterima. Kebenarannya terletak pada suatu tempat antara dua saran itu. Sebuah struktur organisasi yang baik tentu akan menolong untuk mencapai pelaksanaan yang baik dalam organisasi-organisasi. Garis-garis kekuatan yang cukup dan tepat digabung dengan departementasi yang lengkap memberi landasan untuk struktur organisasi.

Struktur organisasi merupakan kerangka dalam mana organisasi itu beroperasi. Walaupun terdapat beribu-ribu struktur organisasi yang berbeda-beda, semuanya itu merupakan variasi atau kombinasi-kombinasi dari tiga jenis dasar.

- a. Organisasi Garis
- b. Organisasi Garis dan Staf
- c. Organisasi Matriks

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa struktur organisasi suatu organisasi merupakan hal yang sangat penting, karena dari struktur organisasi akan dapat dilihat bagaimana kedudukan serta tanggung jawab seseorang di dalam organisasi itu sendiri.

Struktur organisasi yang dimiliki oleh Catering Usaha Muda Palembang adalah struktur organisasi garis. Hal ini terlihat dari adanya garis wewenang yang berlangsung dari atasan sampai bawahan bersifat langsung melalui suatu garis wewenang yang berarti atasan langsung memimpin bawahannya, untuk lebih jelasnya mengenai struktur organisasi Catering Usaha Muda Palembang dapat dilihat di halaman berikutnya:



a. Pembagian Tugas

Dari bagan atau struktur organisasi diatas, dapat terlihat bagian-bagian yang ada di dalam organisasi perusahaan yang memisahkan tugas dan tanggung jawabnya sebagai berikut:

1) Pimpinan

Tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- a) Memimpin dan mengurus perusahaan, sebagai pimpinan tertinggi dalam setiap kegiatan perusahaan.
- b) Melaksanakan segala ketentuan, peraturan, kebijaksanaan yang telah digariskan perusahaan, megkoordinir, mengarahkan dan bertanggung jawab penuh.
- c) Mengesahkan dan menyetujui hasil kesepakatan harga setiap transaksi.

2) Sekretaris

Adapun tugas-tugas sekretaris adalah:

- a) Mencatat daftar menu yang sudah disepakati oleh pemesan
- b) Menyiapkan daftar barang-barang yang akan dibawa ketempat acara yang diberikan kepada kepala bagian gudang beserta alamatnya, tiga hari sebelum hari acara.
- c) Membuat daftar gaji untuk setiap karyawan.

3) Kepala Bagian Operasional

Tugas-tugas kepala bagian operasional adalah:

- a) Mengawasi dan mengatur setiap pekerjaan pada saat di lapangan/acara.
 - b) Mengatur posisi-posisi peralatan di tempat acara.
 - c) Melengkapi semua kekurangan-kekurangan pada saat acara.
 - d) Melakukan hubungan/komunikasi dengan pemilik acara pada saat di lapangan/acara.
- 4) Kepala Bagian Produksi

Tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:.

- a) Memberikan arahan tentang semua jenis menu yang akan dimasak sebelum mulai masak-memasak.
 - b) Mengawasi setiap pekerjaan karyawan di ruang masak/dapur.
 - c) Mencoba/mengecek setiap masakan sebelum dibawa ke acara.
- 5) Kepala Bagian Gudang
- a) Mengatur karyawan yang bertugas dibagian gudang/peralatan.
 - b) Mencatat jumlah barang yang akan dibawa ketempat acara dan memberikan copy dari catatan jumlah barang yang digunakan pada saat acara kepada pemilik acara untuk di cek lagi oleh pemilik acara.
 - c) Mengecek jumlah barang setelah acara selesai, apakah sesuai dengan jumlah barang yang dibawa sebelum acara.

3. Gambaran Data Hasil Kuesioner

Sebelum penulis melakukan pengujian dan penganalisisan data, berikut ini penulis akan menampilkan frekuensi data dari hasil jawaban responden, sebagai berikut :

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.1.
Frekuensi Data Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	21	58,3	58,3	58,3
Perempuan	15	41,7	41,7	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Jika dilihat dari perbandingan jenis kelamin sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini, terdiri dari Laki-laki sebanyak 21 orang (58,3%), sedangkan Wanita sebanyak 15 orang (41,7%). Sehingga responden yang paling dominan adalah Laki-laki, yaitu sebesar 58,3%.

b. Berdasarkan Intensitas Penggunaan Catering

Tabel IV.2.
Frekuensi Data Berdasarkan Intensitas Penggunaan Catering

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Kali	6	16,7	16,7	16,7
2 Kali	15	41,7	41,7	58,3
3 kali	12	33,3	33,3	91,7
> 3 Kali	3	8,3	8,3	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Sedangkan, jika dilihat dari Intensitas Penggunaan Catering, yang menjawab 1 Kali sebanyak 6 orang (16,7%), yang menjawab 2 Kali sebanyak 15 orang (41,7%), yang menjawab 3 Kali sebanyak 12 orang (33,3%) dan yang menjawab diatas 3 Kali sebanyak 3 orang (8,3%). Sehingga Intensitas Penggunaan Catering yang paling dominan adalah 3 Kali, yaitu sebesar 41,7%.

c. Berdasarkan Jenis Responden

Tabel IV.3.
Frekuensi Data Berdasarkan Jenis Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perusahaan	14	38,9	38,9	38,9
	Yayasan	12	33,3	33,3	72,2
	Organisasi	3	8,3	8,3	80,6
	Perorangan	7	19,4	19,4	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Sementara itu, jika dilihat dari jenis responden adalah sebagai berikut, Perusahaan sebanyak 14 perusahaan (38,9%), Yayasan sebanyak 12 yayasan (33,3%), Organisasi sebanyak 3 organisasi (8,3%), dan Perorangan sebanyak 7 orang (19,4%). Hal ini berarti jenis responden yang dominan adalah Perusahaan, yaitu sebesar 38,9%.

d. Jawaban Responden Terhadap Item-item Aktivitas Promosi (X)

Tabel IV.4.
**Perlu Dipasang Iklan Dimedia Cetak
Tentang Catering Usaha Muda**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	2,8	2,8	2,8
	Setuju	23	63,9	63,9	66,7
	Sangat Setuju	12	33,3	33,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0



Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Perlu Dipasang Iklan Dimedia Cetak Tentang Catering Usaha Muda, yaitu 1 orang (2,8%) menjawab Netral, 23 orang (63,9%) menjawab Setuju, dan 12 orang (33,3%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju, yaitu sebesar 63,9%.

Tabel IV.5.
Melalui Iklan Dimedia Cetak Saya Mengetahui
Tentang Catering Usaha Muda

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
Netral	1	2,8	2,8	5,6
Setuju	28	77,8	77,8	83,3
Sangat Setuju	6	16,7	16,7	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Melalui Iklan Dimedia Cetak Saya Mengetahui Tentang Catering Usaha Muda, yaitu 1 orang (2,8%) menjawab Tidak Setuju, 1 orang (2,8%) menjawab Netral, 28 orang (77,8%) menjawab Setuju, dan 6 orang (16,7%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju, yaitu sebesar 77,8%.

Tabel IV.6.
Saya Lebih Mudah Mendapatkan
Informasi Catering Dari Media Cetak

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	2	5,6	5,6	5,6
Setuju	23	63,9	63,9	69,4
Sangat Setuju	11	30,6	30,6	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Saya Lebih Mudah Mendapatkan Informasi Catering Dari Media Cetak, yaitu 2 orang (5,6%) menjawab Netral, 23 orang (63,9%) menjawab Setuju, dan 11 orang (30,6%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju, yaitu sebesar 63,9%.

Tabel IV.7.
Perlu Dipasang Iklan Di Media Elektronik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
Netral	3	8,3	8,3	13,9
Setuju	24	66,7	66,7	80,6
Sangat Setuju	7	19,4	19,4	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Perlu Dipasang Iklan Di Media Elektronik, yaitu 2 orang (5,6%) menjawab Tidak Setuju, 3 orang (8,3%) menjawab Netral, 24 orang (66,7%) menjawab Setuju, dan 7 orang (19,4%) menjawab Sangat Setuju, Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju, yaitu sebesar 66,7%.

Tabel IV.8.
Melalui Iklan Dimedia Elektronik Saya Mengetahui Tentang Catering Usaha Muda

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
Netral	7	19,4	19,4	25,0
Setuju	23	63,9	63,9	88,9
Sangat Setuju	4	11,1	11,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Melalui Iklan Dimedia Elektronik Saya Mengetahui Tentang Catering Usaha Muda, yaitu 2 orang (5,6%) menjawab Tidak Setuju, 7 orang (19,4%) menjawab Netral, 23 orang (63,9%) menjawab Setuju, dan 4 orang (11,1%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Sangat Setuju yaitu sebesar 63,9%.

Tabel IV.9.
Saya Lebih Mudah Mendapatkan Informasi Catering Dari Media Elektronik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	2,8	2,8	2,8
	Setuju	23	63,9	63,9	66,7
	Sangat Setuju	12	33,3	33,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Saya Lebih Mudah Mendapatkan Informasi Catering Dari Media Elektronik, yaitu 1 orang (2,8%) menjawab Netral, 23 orang (63,9%) menjawab Setuju, dan 12 orang (33,3%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju, yaitu sebesar 63,9%.

Tabel IV.10.
Perlu Dipasang Iklan Lewat Billboard

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
	Netral	1	2,8	2,8	5,6
	Setuju	28	77,8	77,8	83,3
	Sangat Setuju	6	16,7	16,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Perlu Dipasang Iklan Lewat Billboard, yaitu 1 orang (2,8%) menjawab Tidak Setuju, 1 orang (2,8%) menjawab Netral, 28 orang (77,8%) menjawab Setuju, dan 6 orang (16,7%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju yaitu sebesar 77,8%.

Tabel IV.11.
Perlu Dipasang Iklan Lewat Poster

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	5,6	5,6	5,6
	Setuju	23	63,9	63,9	69,4
	Sangat Setuju	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Perlu Dipasang Iklan Lewat Poster, yaitu 2 orang (5,6%) menjawab Netral, 23 orang (63,9%) menjawab Setuju, dan 11 orang (30,6%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju yaitu sebesar 63,9%.

Tabel IV.12.
Perlu Dipasang Iklan Lewat Spanduk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
	Netral	3	8,3	8,3	13,9
	Setuju	24	66,7	66,7	80,6
	Sangat Setuju	7	19,4	19,4	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Perlu Dipasang Iklan Lewat Spanduk, yaitu 2 orang (5,6%) menjawab Tidak Setuju, 3 orang (8,3%) menjawab Netral, 24 orang (66,7%) menjawab Setuju, dan 7 orang (19,4%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju, yaitu sebesar 66,7%.

e. **Jawaban Responden Terhadap Item-item Pelayanan Jasa Catering (Y)**

Tabel IV.13.
Rasa Masakan Sesuai Dengan Pesanan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	8,3	8,3	8,3
Netral	3	8,3	8,3	16,7
Setuju	16	44,4	44,4	61,1
Sangat Setuju	14	38,9	38,9	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Rasa Masakan Sesuai Dengan Pesanan, yaitu 3 orang (8,3%) menjawab Tidak Setuju, 3 orang (8,3%) menjawab Netral, 16 orang (44,4%) menjawab Setuju, dan 14 orang (38,9%) menjawab Sangat Setuju, Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju, yaitu sebesar 44,4%.

Tabel IV.14.
Rasa Masakan Yang Disajikan Sesuai Dengan Selera

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
Setuju	21	58,3	58,3	61,1
Sangat Setuju	14	38,9	38,9	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Rasa Masakan Yang Disajikan Sesuai Dengan Selera, yaitu 1 orang (2,8%) menjawab Tidak Setuju, 21 orang (58,3%) menjawab Setuju, dan 14 orang (38,9%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju, yaitu sebesar 58,3%.

Tabel IV.15.
Tamu Saya Merasa Puas Dengan Rasa Masakan Yang Disajikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	25	69,4	69,4	69,4
Sangat Setuju	11	30,6	30,6	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Tamu Saya Merasa Puas Dengan Rasa Masakan Yang Disajikan, yaitu 25 orang (69,4%) menjawab Setuju, dan 11 orang (30,6%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju, yaitu sebesar 69,4%.

Tabel IV.16.
Penataan Meja Makan Dan Meja Prasmanan Sesuai Dengan Keinginan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	2	5,6	5,6	5,6
Setuju	26	72,2	72,2	77,8
Sangat Setuju	8	22,2	22,2	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Penataan Meja Makan Dan Meja Prasmanan Sesuai Dengan Keinginan, yaitu 2 orang (5,6%) menjawab Netral, 26 orang (72,2%) menjawab Setuju, dan 8 orang (22,2%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju, yaitu sebesar 72,2%.

Tabel IV.17.
Penataan Meja Makan Dan Meja Prasmanan Tertata Rapi, Sehingga Tamu Dapat Dengan Nyaman Menikmati Makanan Yang Disediakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	5,6	5,6	5,6
	Setuju	23	63,9	63,9	69,4
	Sangat Setuju	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Penataan Meja Makan Dan Meja Prasmanan Tertata Rapi, Sehingga Tamu Dapat Dengan Nyaman Menikmati Makanan Yang Disediakan, yaitu 2 orang (5,6%) menjawab Netral, 23 orang (63,9%) menjawab Setuju, dan 11 orang (30,6%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju, yaitu sebesar 63,9%.

Tabel IV.18.
Penataan Meja Makan Dan Prasmanan Membuat Acara Saya Lancar Dan Sukses

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	2,8	2,8	2,8
	Setuju	23	63,9	63,9	66,7
	Sangat Setuju	12	33,3	33,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Penataan Meja Makan Dan Prasmanan Membuat Acara Saya Lancar Dan Sukses, yaitu 1 orang (2,8%) menjawab Netral, 23 orang (63,9%) menjawab Setuju, dan 12 orang (33,3%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang dominan adalah Setuju, yaitu sebesar 63,9%.

Tabel IV.19.
Pelayanan Yang Diberikan Oleh Karyawan
Catering Sesuai Keinginan Saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
Netral	1	2,8	2,8	5,6
Setuju	28	77,8	77,8	83,3
Sangat Setuju	6	16,7	16,7	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Pelayanan Yang Diberikan Oleh Karyawan Catering Sesuai Keinginan Saya, yaitu 1 orang (2,8%) menjawab Tidak Setuju, 1 orang (2,8%) menjawab Netral, 28 orang (77,8%) menjawab Setuju, dan 6 orang (16,7%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju, yaitu sebesar 77,8%.

Tabel IV.20.
Karyawan Catering Cepat Dan Tanggap
Dalam Melaksanakan Tugasnya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	2	5,6	5,6	5,6
Setuju	23	63,9	63,9	69,4
Sangat Setuju	11	30,6	30,6	100,0
Total	36	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Karyawan Catering Cepat Dan Tanggap Dalam Melaksanakan Tugasnya, yaitu 2 orang (5,6%) menjawab Netral, 23 orang (63,9%) menjawab Setuju, dan 11 orang (30,6%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju yaitu sebesar 63,9%.

Tabel IV.21.
Karyawan Catering Membuat Acara Anda Sukses

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
Netral	3	8,3	8,3	13,9
Setuju	24	66,7	66,7	80,6
Sangat Setuju	7	19,4	19,4	100,0
Total	36	100,0	100,0	-

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang : Karyawan Catering Membuat Acara Anda Sukses, yaitu 2 orang (5,6%) menjawab Tidak Setuju, 3 orang (8,3%) menjawab Netral, 24 orang (66,7%) menjawab Setuju, dan 7 orang (19,4%) menjawab Sangat Setuju. Sehingga jawaban yang paling dominan adalah Setuju yaitu sebesar 66,7%.

4. Analisis Statistik

a. Uji Validitas Data

Data primer yang akan diuji dalam penelitian ini adalah item-item pernyataan/pertanyaan untuk variabel *Aktivitas Promosi (X)*, dan *Jasa Pelayanan Catering (Y)*, adalah sebagai berikut :

1) Variabel Aktivitas Promosi (X)

Dari hasil Uji Validitas (Lampiran 5) dengan menggunakan korelasi bivariate untuk item-item variabel *Aktivitas Promosi (X)* dapat dilihat pada Tabel IV.24. berikut ini. Sementara itu, nilai R_{tabel} , dengan $n = 36$, pada *taraf nyata* (α) = 5%, yaitu 0,329. Sedangkan menurut Syahri Alhusin (2003 : 341), jika $R_{hitung} \geq R_{tabel}$, *Valid*, sedangkan jika $R_{hitung} < R_{tabel}$, *Tidak Valid*, maka :

Tabel IV.22.
Hasil Uji Validitas
Item-item Aktivitas Promosi (X)

No.	Item	R_{hitung}	$R_{tabel} (\alpha=5\%)$	Hasil Validitas
1.	BP1	0,437**	0,329	Valid
2.	BP2	0,576**	0,329	Valid
3.	BP3	0,530**	0,329	Valid
4.	BP4	0,536**	0,329	Valid
5.	BP5	0,418**	0,329	Valid
6.	BP6	0,437**	0,329	Valid
7.	BP7	0,576**	0,329	Valid
8.	BP8	0,530**	0,329	Valid
9.	BP9	0,536**	0,329	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Dari hasil pengolahan data menggunakan bantuan program SPSS Ver 12.0 menunjukkan hasil uji validitas dari 9 item pertanyaan/ pernyataan variabel *Aktivitas Promosi (X)* tersebut, semuanya *Valid* pada *taraf nyata* (α) = 5%. Hal ini berarti semua item-item pertanyaan/ pernyataan variabel *Aktivitas Promosi (X)* tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis selanjutnya.



2) Variabel Jasa Pelayanan Catering (Y)

Dari hasil Uji Validitas (Lampiran 6) dengan menggunakan korelasi bivariante untuk item-item variabel *Jasa Pelayanan Catering (Y)* dapat dilihat pada Tabel IV.25. berikut ini.

Tabel IV.23.
Hasil Uji Validitas
Item-item Jasa Pelayanan Catering (Y)

No.	Item	R _{hitung}	R _{tabel} ($\alpha=5\%$)	Hasil Validitas
1.	KP1	0,564**	0,329	Valid
2.	KP2	0,550**	0,329	Valid
3.	KP3	0,620**	0,329	Valid
4.	KP4	0,365*	0,329	Valid
5.	KP5	0,412*	0,329	Valid
6.	KP6	0,359*	0,329	Valid
7.	KP7	0,471**	0,329	Valid
8.	KP8	0,445**	0,329	Valid
9.	KP9	0,404*	0,329	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Dari hasil pengolahan data menggunakan bantuan program SPSS Ver 12.0 menunjukkan hasil uji validitas dari 9 item pertanyaan/pernyataan variabel *Jasa Pelayanan Catering (Y)* tersebut, semuanya *Valid* pada *taraf nyata* (α) = 5%. Hal ini berarti semua item-item pertanyaan/pernyataan variabel *Jasa Pelayanan Catering (Y)* dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas Data

Dalam melakukan pengujian reliabilitas terhadap item-item pernyataan/pertanyaan variabel *Aktivitas Promosi (X)* dan *Jasa Pelayanan Catering (Y)*, penulis menggunakan metode genap-ganjil

(*split half method*), yaitu dengan cara membagi item-item tersebut menjadi dua bagian ganjil dan genap. Kemudian kedua bagian tersebut dibanding-kan, dan selanjutnya akan didapatkan hasil reliabilitasnya.

1) Variabel Aktivitas Promosi (X)

Dari hasil Uji Reliabilitas (Lampiran 7) dengan menggunakan korelasi bivariate untuk item-item variabel *Aktivitas Promosi (X)* dapat dilihat pada Tabel IV.26. berikut ini. Sementara itu, nilai R_{tabel} , dengan $n = 36$, pada *taraf nyata* (α) = 5%, yaitu 0,329. Sedangkan menurut Syahri Alhusin (2003 : 342), jika $R_{hitung} \geq R_{tabel}$ *Reliabel*, sedangkan jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ *Tidak Reliabel*, maka :

Tabel IV.24.
Hasil Uji Reliabilitas
Item-item Aktivitas Promosi (X)

	ITEM-ITEM GANJIL K TIVITAS PROMO	ITEM-ITEM GENAP K TIVITAS PROMO
ITEM-ITEM GANJ AKTIVITAS PROM	Pearson Correlati 1	Pearson Correlati ,871*
Sig. (2-tailed)	,	,000
N	36	36
ITEM-ITEM GENA AKTIVITAS PROM	Pearson Correlati ,871**	Pearson Correlati 1
Sig. (2-tailed)	,000	,
N	36	36

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa korelasi antara skor item-item ganjil dan genap variabel *Aktivitas Promosi (X)* adalah sebesar 0,871**. berarti $R_{hitung} (0,871**) \geq R_{tabel} (0,329)$, berarti item-item pertanyaan/pernyataan pada variabel *Aktivitas Promosi*

(X) tersebut *Reliabel* pada *taraf nyata* (α) = 5%, sehingga item-item tersebut dapat dijadikan alat ukur yang reliabel dalam analisis selanjutnya.

2) Variabel Jasa Pelayanan Catering (Y)

Dari hasil Uji Reliabilitas (Lampiran 8) dengan menggunakan korelasi bivariate untuk item-item variabel **Jasa Pelayanan Catering (Y)** dapat dilihat pada Tabel IV.27. berikut ini.

Tabel IV.25.
Hasil Uji Reliabilitas
Item-item Jasa Pelayanan Catering (Y)

	ITEM-ITEM GANJIL PELAYANAN JASA CATERING	ITEM-ITEM GENAP PELAYANAN JASA CATERING
ITEM-ITEM GANJIL PELAYANAN JASA CATERING	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 ,625** ,000 36
ITEM-ITEM GENAP PELAYANAN JASA CATERING	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,625** ,000 36
		1 ,000 36

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver 12.0

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa korelasi antara skor item-item ganjil dan genap variabel Jasa Pelayanan Catering adalah sebesar 0,625**, berarti $R_{hitung} (0,625**) \geq R_{tabel} (0,329)$, berarti item-item pertanyaan/pernyataan pada variabel Jasa Pelayanan Catering (Y) tersebut *Reliabel* pada *taraf nyata* (α) = 5%, sehingga item-item tersebut dapat dijadikan alat ukur yang reliabel dalam analisis selanjutnya.

c. Analisis Regresi

Berikut ini penulis akan melakukan uji regresi variabel *Aktivitas Promosi (X) terhadap Jasa Pelayanan Catering (Y)*, adalah sebagai berikut :

Tabel IV.26.
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,550	2,919		6,012	,000
AKTIVITAS PROM	,551	,079	,769	7,024	,000

a. Dependent Variable: PELAYANAN JASA CATERING

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver. 12.0

Dari hasil uji regresi yang penulis lakukan pada variabel *Aktivitas Promosi (X) terhadap Jasa Pelayanan Catering (Y)*, dapat digambarkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b.X$$

$$Y = 17,550 + 0,551X$$

Dari persamaan regresi tersebut menggambarkan bahwa nilai koefisien regresi *Aktivitas Promosi (X) terhadap Jasa Pelayanan Catering (Y)* adalah sebesar *0,551 (55,1%)*, hal ini menggambarkan bahwa *Aktivitas Promosi (X) mempengaruhi Jasa Pelayanan Catering (Y)* sebesar *55,1%*, artinya jika ada peningkatan terhadap *Aktivitas Promosi (X)* sebesar 100%, maka akan meningkatkan *Jasa Pelayanan Catering (Y)* sebesar 55,1%, sebaliknya jika ada penurunan terhadap *Aktivitas Promosi (X)* sebesar 100%, maka akan menurunkan *Jasa Pelayanan Catering (Y)* sebesar 55,1%.

d. Uji Koefisien Determinan

Tabel IV.27.
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,769 ^a	,592	,580	1,277

a. Predictors: (Constant), AKTIVITAS PROMOSI

b. Dependent Variable: PELAYANAN JASA CATERING

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver. 12.0

Dari tabel Model Summary di atas, terlihat bahwa *nilai R Square (R^2)* sebesar *0,592*, angka tersebut menggambarkan bahwa *Jasa Pelayanan Catering (Y)*, dapat dijelaskan oleh *Aktivitas Promosi (X)* sebesar *0,592 (59,2%)*, sedangkan sisanya *40,8% (100% - 59,2%)*, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Hal ini menggambarkan bahwa penelitian ini dapat dijadikan model pada penelitian selanjutnya.

e. Uji Korelasi

Tabel IV.28.
Correlations

		PELAYANAN JASA CATERING	AKTIVITAS PROMOSI
Pearson Correlation	PELAYANAN JASA CATERING	1,000	,769
	AKTIVITAS PROMOSI	,769	1,000
Sig. (1-tailed)	PELAYANAN JASA CATERING	,	,000
	AKTIVITAS PROMOSI	,000	,
N	PELAYANAN JASA CATERING	36	36
	AKTIVITAS PROMOSI	36	36

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver. 12.0

Dari tabel Model Summary maupun tabel Correlations di atas, dapat di lihat bahwa *nilai korelasi (R) antara Aktivitas Promosi (X) dan Jasa Pelayanan Catering (Y)* adalah sebesar **0,769****, sedangkan menurut Syahri Alhusin (2003 : 154), jika nilai *R-nya positif (+)*, maka korelasinya *berbanding lurus*, sedangkan apabila *R-nya negatif (-)*, maka korelasinya *berbanding terbalik*. Sementara itu kriteria nilainya adalah sebagai berikut :

0,00 - 0,20 = Korelasi Sangat Lemah

0,21 - 0,40 = Korelasi Lemah

0,41 - 0,60 = Korelasi Sedang

0,61 - 0,80 = Korelasi Kuat

0,81 - 1,00 = Korelasi Sangat Kuat

Dalam penelitian ini, nilai *korelasi (R)* berada pada range 0,61 - 0,80. Hal tersebut berarti bahwa *Korelasi antara Aktivitas Promosi (X) dan Jasa Pelayanan Catering (Y) adalah kuat dan berbanding lurus*. Maksudnya jika ada peningkatan terhadap Aktivitas Promosi (X), maka akan diikuti juga dengan peningkatan Jasa Pelayanan Catering (Y). Begitu juga sebaliknya, jika ada penurunan terhadap Aktivitas Promosi (X), maka juga akan diikuti dengan penurunan Jasa Pelayanan Catering (Y).

Sementara itu, nilai signifikan (sig) variabel *Aktivitas Promosi (X) dengan Jasa Pelayanan Catering (Y)*, adalah sebesar **0,000**, yang berarti $Sig (0,000) \leq \alpha (0,05)$, hal tersebut menggambarkan bahwa

korelasi antara Aktivitas Promosi (X) dengan Jasa Pelayanan Catering (Y) adalah signifikan.

f. Uji F

Tabel IV.29.
ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	80,514	1	80,514	49,336	,000 ^a
	Residual	55,486	34	1,632		
	Total	136,000	35			

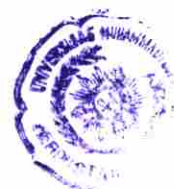
a. Predictors: (Constant), AKTIVITAS PROMOSI

b. Dependent Variable: PELAYANAN JASA CATERING

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver. 12.0

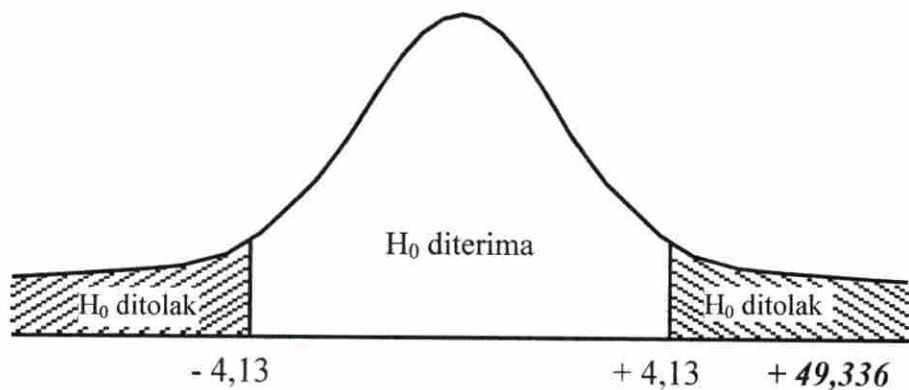
Berdasarkan tabel Anova di atas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} untuk variabel *Aktivitas Promosi (X) terhadap Jasa Pelayanan Catering (Y)* adalah sebesar **49,336**. Sedangkan F_{tabel} dengan *taraf nyata* (α) = 5% dengan penyebut $(n-k-1) = (36-1-1)$ dan pembilang $(k=1)$ adalah sebesar $\pm 4,13$. Menurut Syahri Alhusin (2003 : 231), jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka *Ho ditolak dan Ha diterima*, sedangkan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka *Ho diterima dan Ha ditolak*.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah Adanya Pengaruh Antara Aktivitas Promosi (X) Terhadap Pelayanan Jasa Catering (Y) Usaha Muda Palembang, sedangkan nilai $F_{hitung} (49,336) \geq F_{tabel} (4,13)$, berarti *Ho ditolak dan Ha diterima*. Hal ini berarti bahwa *Ada Pengaruh Yang Signifikan Antara Aktivitas Promosi (X) Terhadap Jasa Pelayanan Catering (Y) Usaha Muda Palembang*.



Sementara itu, jika dilihat dari nilai signifikannya yaitu sebesar 0,000 berarti ($\text{sig}=0,000 \leq \alpha=0,05$). berarti *H₀ ditolak dan H_a diterima*. Hal ini berarti bahwa *Ada Pengaruh Yang Signifikan Antara Aktivitas Promosi (X) terhadap Jasa Pelayanan Catering (Y) Usaha Muda Palembang*.

Gambar IV.1.
Kurva Uji F untuk Pengaruh Aktivitas Promosi (X)
Terhadap Jasa Pelayanan Catering (Y)



g. Uji t

Tabel IV.30.
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,550	2,919		6,012	,000
	AKTIVITAS PROM	,551	,079	,769	7,024	,000

a. Dependent Variable: PELAYANAN JASA CATERING

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Ver. 12.0

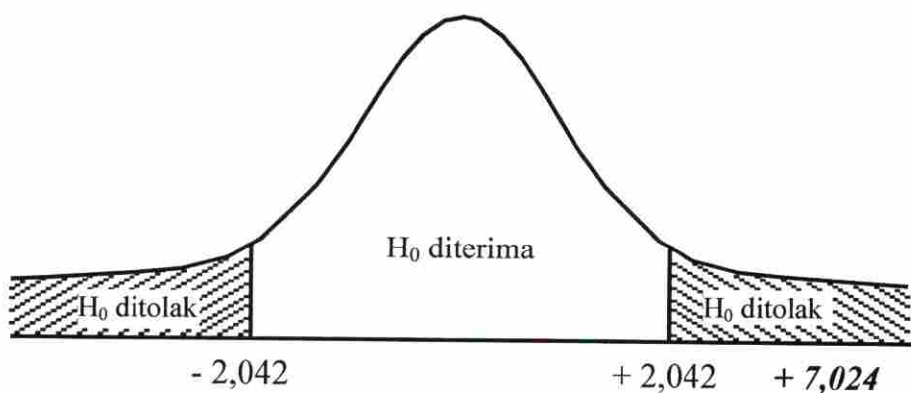
Berdasarkan tabel Coefficients di atas, dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel *Aktivitas Promosi (X) terhadap Jasa Pelayanan Catering (Y)* adalah sebesar 7,024. Sedangkan, nilai t_{tabel} dengan taraf nyata (α) = 5%, $df(n - 2) = (36 - 2)$, adalah sebesar $\pm 2,042$. Menurut

Syahri Alhusin (2003 : 177), jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka *Ho ditolak dan Ha diterima*, sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka *Ho diterima dan Ha ditolak*.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah Adanya Pengaruh Antara Aktivitas Promosi (X) Terhadap Pelayanan Jasa Catering (Y) Usaha Muda Palembang, sedangkan nilai $t_{hitung} (7,024) \geq t_{tabel} (2,042)$, berarti bahwa *Ho ditolak dan Ha diterima*. Hal ini berarti bahwa *Ada Pengaruh Yang Signifikan Antara Aktivitas Promosi (X) Terhadap Jasa Pelayanan Catering (Y) Usaha Muda Palembang*.

Sementara itu, jika dilihat dari nilai signifikan (sig) *Aktivitas Promosi (X) terhadap Jasa Pelayanan Catering (Y)*, yaitu sebesar 0,000, berarti $Sig (0,000) \leq \alpha (0,05)$. Hal tersebut menggambarkan juga bahwa *Ada Pengaruh Yang Signifikan Antara Aktivitas Promosi (X) Terhadap Jasa Pelayanan Catering (Y) Usaha Muda Palembang*.

Gambar IV.2.
Kurva Uji t
Pengaruh Aktivitas Promosi (X) terhadap
Jasa Pelayanan Catering (Y)



B. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil uji regresi yang peneliti lakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS Ver 12.0, didapatkan nilai koefisien regresi untuk variabel Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering adalah sebesar 0,55,1 (55,1%). Hal ini menggambarkan bahwa variabel Aktivitas Promosi mempengaruhi variabel Jasa Pelayanan Catering sebesar 55,1%. Maksudnya, jika terjadi peningkatan terhadap Aktivitas Promosi sebesar 100%, maka akan meningkatkan Jasa Pelayanan Catering sebesar 55,1%. Begitu juga sebaliknya, jika ada penurunan terhadap Aktivitas Promosi sebesar 100%, maka juga akan menurunkan Jasa Pelayanan Catering sebesar 55,1%.

Sedangkan jika dilihat dari nilai korelasi (R) antara Aktivitas Promosi dengan Jasa Pelayanan Catering yaitu sebesar 0,769. Hal ini menggambarkan bahwa antara Aktivitas Promosi dengan Jasa Pelayanan Catering memiliki hubungan yang kuat dan berbanding lurus. Maksudnya, jika terdapat peningkatan terhadap Aktivitas Promosi, maka juga akan diikuti dengan peningkatan terhadap Jasa Pelayanan Catering. Begitu juga sebaliknya, jika ada penurunan terhadap Aktivitas Promosi, maka juga akan diikuti dengan penurunan terhadap Jasa Pelayanan Catering. Serta nilai probabilitas signifikansi terhadap korelasi antara Aktivitas Promosi dengan Jasa Pelayanan Catering, yaitu sebesar 0,000, yang berarti $\text{Sig } (0,000) \leq \alpha (0,05)$. Hal tersebut menggambarkan bahwa korelasi antara Aktivitas Promosi dengan Jasa Pelayanan Catering adalah signifikan.

Sementara itu, jika dilihat dari nilai F_{hitung} , yaitu sebesar 49,336, sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 4,13, yang berarti bahwa $F_{hitung} (49,336) \geq F_{tabel} (4,13)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menggambarkan bahwa ada pengaruh antara Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering Usaha Muda Palembang. Sedangkan jika dilihat dari nilai probabilitas signifikan (sig) uji F antara Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering adalah sebesar 0,000, yang berarti $Sig (0,000) \leq \alpha (0,05)$. Hal tersebut menggambarkan juga bahwa ada pengaruh antara Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering Usaha Muda Palembang.

Kemudian, jika dilihat dari nilai t_{hitung} , yaitu sebesar 1,168, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2,042, yang berarti bahwa $t_{hitung} (1,168) < t_{tabel} (2,042)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menggambarkan bahwa tidak ada pengaruh antara Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering Usaha Muda Palembang. Sedangkan jika dilihat dari nilai probabilitas signifikan (sig) uji t antara Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering, yaitu sebesar 0,000, berarti $Sig (0,000) \leq \alpha (0,05)$. Hal tersebut menggambarkan juga bahwa ada pengaruh antara Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering Usaha Muda Palembang.

Selanjutnya jika dilihat dari nilai koefisien determinan (*R Square*) untuk variabel Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering, yaitu sebesar 0,592 (59,2%). Hal ini menggambarkan bahwa variabel Jasa Pelayanan Catering dapat dijelaskan oleh Aktivitas Promosi sebesar 0,592 (59,2%), sedangkan sisanya 40,8% (100% - 59,2%), dipengaruhi oleh faktor

lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Hal ini menggambarkan bahwa penelitian ini dapat dijadikan model pada penelitian selanjutnya.

Dari penjabaran analisis di atas, jika dilihat dari nilai koefisien regresi antara Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering, bahwa Aktivitas Promosi memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Jasa Pelayanan Catering yang dirasakan oleh responden, yang terdiri dari Perusahaan, Yayasan, Organisasi maupun Perorangan. Oleh karena itu sebaiknya Catering Usaha Muda Palembang tetap mempertahankan, dan bila perlu meningkatkan lagi Aktivitas Promosi yang sudah dilakukannya selama ini. Karena dengan melakukan Aktivitas Promosi diharapkan dapat meningkatkan penjualan, dan selain itu dapat lebih memperkenalkan Catering Usaha Muda Palembang ini kepada konsumen, sehingga dapat membujuk konsumen tersebut untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Catering Usaha Muda Palembang.

Kemudian jika dilihat dari korelasi antara Aktivitas Promosi dan Jasa Pelayanan Catering Usaha Muda Palembang adalah kuat. Hal ini berarti Kegiatan usaha yang dilakukan oleh Catering Usaha Muda Palembang, memang tidak bisa dilepaskan dari Kegiatan Promosi, tanpa promosi, konsumen tidak akan mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan ini. Banyak usaha-usaha Catering yang sejenis, justru populer di masyarakat karena adanya promosi, umumnya promosi yang dilakukan adalah promosi yang tidak terencana, yaitu promosi melalui mulut ke mulut. Seperti contoh Catering Mbok Darmi, yang populer di kalangan masyarakat di sekitar Plaju, ternyata kepopuleran Catering tersebut berawal dari mulut ke mulut.

Jika dilihat dari kegiatan promosinya yang lain, sepertinya tidak terlalu gencar, Catering Mbok Darmi ini hanya memasang Pamphlet di depan usaha Cateringnya. Namun berkat promosi yang tidak mengeluarkan biaya, yaitu promosi dari mulut ke mulut, maka Catering Mbok Darmi ini jadi terkenal seperti sekarang ini.

Contoh di atas, sebenarnya dapat menjadi cerminan bagi Catering Usaha Muda Palembang, jika ingin mempromosikan usaha cateringnya, adalah dengan cara promosi dari mulut ke mulut, namun ada satu hal penting yang perlu diingat oleh Catering Usaha Muda Palembang ini, bahwa kegiatan promosi dari mulut ke mulut ini tidak dengan serta merta berjalan begitu saja, yang jelas harus ada yang diandalkan oleh Usaha Muda Palembang, agar konsumen menjadikan usaha kita sebagai bahan pembicaraan mereka.

Seperti contoh usaha Catering Mbok Darmi tadi, mengapa sampai menjadi pembicaraan orang, karena yang jelas ada yang unggul dari Catering, misalnya masakannya yang enak dan lezat, atau mungkin dari sisi harganya yang terjangkau atau cukup bersaing, atau mungkin dari sisi lainnya. Jadi bercermin dari itu semua, alangkah baiknya Catering Usaha Muda Palembang, memiliki sesuatu yang diandalkan atau yang dapat dijadikan bahan pembicaraan bagi konsumen, karena ini akan menjadi promosi yang sangat efektif. Karena Catering Usaha Muda Palembang ini bergerak di bidang makanan, berarti yang harus menjadi andalannya adalah masakan, misalnya dengan menjual masakan yang enak dan lezat, sehingga di gemari oleh konsumen, atau dengan cara memberikan harga jual yang bersaing. Jika hal itu



dilakukan, kemudian ada konsumen yang mencoba produk Catering ini, akan muncul kesan yang pertama dari konsumen tersebut, misalnya masakannya enak dan lezat, maka selanjutnya konsumen tersebut akan menceritakan hal tersebut kepada orang lain, kemudian orang lain itu tadi akan mencoba produk Catering ini, sama seperti konsumen yang pertama, konsumen yang kedua ini Cuma merasa puas dengan kenikmatan masakan yang ditawarkan, selanjutnya konsumen ini juga akan menceritakan kepada orang lain lagi, dan begitulah seterusnya.

Jadi menurut penulis, permasalahan pokok yang dihadapi oleh Catering Usaha Muda Palembang ini sebenarnya bukanlah masalah promosi, hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t dan uji koefisien determinan, dimana hasil uji t menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan hipotesis dalam penelitian ini adalah Ada Pengaruh Antara Aktivitas Promosi Terhadap Jasa Pelayanan Catering Usaha Muda Palembang, berarti dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Tidak Ada Pengaruh Yang Signifikan Antara Aktivitas Promosi Terhadap Jasa Pelayanan Catering Usaha Muda Palembang, hal ini juga didukung dengan nilai koefisien determinan yang hanya sebesar 59,2%, hal ini menggambarkan masih ada faktor lain yaitu sebesar 40,8% yang mempengaruhi Jasa Pelayanan Catering pada Catering Usaha Muda Palembang ini, faktor-faktor lain ini tidak masuk dalam penelitian ini, bisa saja faktor-faktor lain ini adalah dari sisi produk, seperti penjelasan peneliti sebelumnya bahwa untuk dikenal atau populer di masyarakat, usaha Catering harus memiliki sesuatu yang dapat diandalkan. Karena usaha ini sangat

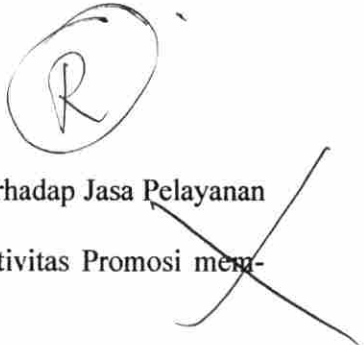
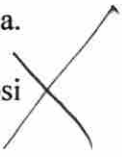
berkaitan dengan makanan dan masakan, maka hal tersebutlah yang seharusnya menjadi andalan Catering Usaha Muda Palembang ini.

Diharapkan makanan dan masakan yang enak, lezat dan nikmat, akan menjadi alasan utam bagi konsumen untuk datang atau memesan Catering Usaha Muda Palembang ini, karena konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan, maka konsumen tersebut akan menceritakannya kepada orang lain, dan pada akhir seperti yang sudah peneliti ungkapkan di atas, maka akan muncul secara tidak sengaja dan tidak terencana, sebuah kegiatan promosi, yaitu promosi dari mulut ke mulut, yang tentunya bukan saja tidak mengeluarkan biaya tapi juga merupakan kegiatan promosi yang sangat efektif.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Nilai koefisien regresi variabel Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering adalah sebesar 0,551 (55,1%), berarti Aktivitas Promosi mempengaruhi Jasa Pelayanan Catering sebesar 55,1%. 
2. Nilai koefisien korelasi variabel Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering adalah sebesar 0,769, berarti korelasi antara Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering adalah kuat dan berbanding lurus, serta memiliki korelasi yang signifikan. ✓
3. Nilai ini $F_{hitung} (49,336) \geq F_{tabel} (4,13)$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka ada pengaruh yang signifikan antara Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering. 
4. Nilai $t_{hitung} (7,024) \geq t_{tabel} (2,042)$, berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka ada pengaruh yang signifikan antara Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering. ✓
5. Nilai koefisien determinan untuk variabel Aktivitas Promosi terhadap Jasa Pelayanan Catering, adalah sebesar 0,592 (59,2%), angka tersebut menggambarkan bahwa Jasa Pelayanan Catering dapat dijelaskan oleh Aktivitas Promosi, sebesar 59,2%, sedangkan sisanya 40,8% (100% - 59,2%), dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. ✓

B. Saran

1. Sebaiknya Pimpinan Catering Usaha Muda Palembang mempertahankan kegiatan promosi dan bila perlu meningkatkannya lagi, karena dengan promosi konsumen akan mengenal produk yang ditawarkan.
2. Kegiatan Promosi yang paling efektif dan tidak memerlukan biaya adalah kegiatan promosi dari mulut ke mulut, namun untuk terbentuknya kegiatan promosi tersebut, Catering Usaha Muda Palembang harus punya sesuatu yang akan menjadi bahan pembicaraan konsumen, misalnya membuat makanan dan masakan yang enak, lezat dan nikmat. Sehingga konsumen akan menceritakan hal tersebut kepada orang lain, sehingga terbentuklah promosi dari mulut ke mulut.
3. Sedangkan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sejenis, sebaiknya memasukkan faktor-faktor lain dalam penelitiannya, misalnya produk (*product*), harga (*price*), maupun saluran distribusi (*place*).

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta, 2000. **Pengantar Bisnis Modern**, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 1999. **Strategi Pemasaran**. Edisi Kedua, Cetakan Keenam, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Hussein Umar , 2005. **Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen**, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Nur Indriantoro Nugroho dan Bambang Supomo, 2002. **Metodologi Penelitian Untuk Akutansi dan Manajemen**, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta
- Soeratno dan Licolyn Arsyad, 2003. **Metode Penelitian**, UUP, AMP-YKPN, Yogyakarta
- M. Iqbal Hasan, 2005. **Pokok-pokok Materi Statistik 2**, Penerbit Bumi Aksara Jakarta
- Sugiyono, 2006. **Metode Penelitian Bisnis**, Penerbit CV ALFABETA, Bandung
- Azwar. 2004. **Teori Validitas dan Reliabilitas**, Edisi Kedua, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Joko Subagyo. 2004. **Metode Penelitian**. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta
- Kolter Philip dan A.B.Susanto. 2001. **Dasar-dasar Pemasaran. Jilid Ke Satu**. Edisi Indonesia. Penerbit Prenhallindo.Jakarta.
- Sugiyono. 2004. **Metodologi Penelitian Bisnis**, Cetakan Ketujuh, Alfabeta, Bandung.
- Suaharsimi Arikunto. 2003. **Manajemen Penelitian**, Cetakan Keenam, Rineka cipta, Jakarta.
- Poppy Theodorin. 2006. **Efektifitas Strategi Promosi Minibus Isuzu Panther Pada CV. Cahaya Mobilindo Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Minibus Isuzu Panther**, Palembang.
- Ferriyanto. 2007. **Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. BERLIAN Maju Motor**, Palembang.
- Mc. Carthy. 1995. **Intisari Pemasaran**, Edisi Keenam, Jilid Dua, Jakarta.

Lampiran 1
Kuesioner

DAFTAR PERTANYAAN
PENELITIAN UNTUK BAHAN PENYUSUNAN SKRIPSI

Kami ucapkan terima kasih atas kesediaan saudara untuk turut berpartisipasi dalam mengisi daftar pertanyaan yang kami sajikan dalam rangka penyusunan skripsi untuk menyelesaikan studi pada Universitas Muhammadiyah Palembang.

Petunjuk pengisian

1. Isilah dengan alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan pendapat anda dengan membubuhkan tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih.
2. Tidak ada yang benar atau salah dalam penelitian ini, tetapi yang dibutuhkan adalah jawaban yang objektif sesuai dengan pendapat anda
3. Penelitian ini sifatnya hanya untuk kegiatan ilmiah dan tidak untuk dipublikasikan.

I. Karakteristik Responden

1. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia
 - a. 17 tahun
 - b. 18 - 23 tahun
 - c. 24 - 30 tahun
 - d. 31 - 34 tahun
 - e. > 34 tahun
3. Pekerjaan
 - a. Pelajar / Mahasiswa
 - b. PNS
 - c. Pegawai swasta
 - d. Wiraswasta / Buruh
 - e. Ibu Rumah tangga
4. Pendidikan terakhir
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMU
 - d. Diploma
 - e. S1

No	Indikator Aktivitas Promosi	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Perlu dipasang iklan dimedia cetak tentang Catering Usaha Muda!					
2.	Melalui iklan dimedia cetak Saya mengetahui tentang Catering Usaha Muda!					
3.	Saya lebih mudah mendapatkan informasi catering dari media cetak!					
4.	Perlu dipasang iklan di media elektronik!					
5.	Melalui Iklan dimedia elektronik saya mengetahui tentang Catering Usaha Muda!					
6.	Saya lebih mudah mendapatkan informasi catering dari media elektronik!					
7.	Perlu dipasang iklan lewat billboard!					
8.	Perlu dipasang iklan lewat poster!					
9.	Perlu dipasang iklan lewat spanduk!					

No	Indikator Pelayanan Jasa Catering	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Rasa masakan sesuai dengan pesanan!					
2.	Rasa masakan yang disajikan sesuai dengan selera!					
3.	Tamu saya merasa puas dengan rasa masakan yang disajikan!					
4.	Penataan meja makan dan meja prasmanan sesuai dengan keinginan!					
5.	Penataan meja makan dan meja prasmanan tertata rapi sehingga tamu dapat dengan nyaman menikmati makanan yang disediakan!					
6.	Penataan meja makan dan prasmanan membuat acara saya lancar dan sukses!					
7.	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan catering sesuai keinginan saya!					
8.	Karyawan catering cepat dan tanggap dalam melaksanakan tugasnya!					
9.	Karyawan catering membuat acara anda sukses!					

Lampiran 4
Hasil Frekuensi Data

Frequency Table

JK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	21	58,3	58,3	58,3
	Perempuan	15	41,7	41,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

IP

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Kali	6	16,7	16,7	16,7
	2 Kali	15	41,7	41,7	58,3
	3 kali	12	33,3	33,3	91,7
	> 3 Kali	3	8,3	8,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

JR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perusahaan	14	38,9	38,9	38,9
	Yayasan	12	33,3	33,3	72,2
	Organisasi	3	8,3	8,3	80,6
	Perorangan	7	19,4	19,4	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

PROMOSI1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	2,8	2,8	2,8
	Setuju	23	63,9	63,9	66,7
	Sangat Setuju	12	33,3	33,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

PROMOSI2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
	Netral	1	2,8	2,8	5,6
	Setuju	28	77,8	77,8	83,3
	Sangat Setuju	6	16,7	16,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

PROMOSI3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	5,6	5,6	5,6
	Setuju	23	63,9	63,9	69,4
	Sangat Setuju	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

PROMOSI4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
	Netral	3	8,3	8,3	13,9
	Setuju	24	66,7	66,7	80,6
	Sangat Setuju	7	19,4	19,4	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

PROMOSI5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
	Netral	7	19,4	19,4	25,0
	Setuju	23	63,9	63,9	88,9
	Sangat Setuju	4	11,1	11,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

PROMOSI6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	2,8	2,8	2,8
	Setuju	23	63,9	63,9	66,7
	Sangat Setuju	12	33,3	33,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

PROMOSI7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
	Netral	1	2,8	2,8	5,6
	Setuju	28	77,8	77,8	83,3
	Sangat Setuju	6	16,7	16,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

PROMOSI8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	5,6	5,6	5,6
	Setuju	23	63,9	63,9	69,4
	Sangat Setuju	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

PROMOSI9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
	Netral	3	8,3	8,3	13,9
	Setuju	24	66,7	66,7	80,6
	Sangat Setuju	7	19,4	19,4	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

JASA1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	8,3	8,3	8,3
	Netral	3	8,3	8,3	16,7
	Setuju	16	44,4	44,4	61,1
	Sangat Setuju	14	38,9	38,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

JASA2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
	Setuju	21	58,3	58,3	61,1
	Sangat Setuju	14	38,9	38,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

JASA3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	25	69,4	69,4	69,4
	Sangat Setuju	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

JASA4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	5,6	5,6	5,6
	Setuju	26	72,2	72,2	77,8
	Sangat Setuju	8	22,2	22,2	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

JASA5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	5,6	5,6	5,6
	Setuju	23	63,9	63,9	69,4
	Sangat Setuju	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

JASA6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	2,8	2,8	2,8
	Setuju	23	63,9	63,9	66,7
	Sangat Setuju	12	33,3	33,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

JASA7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,8	2,8	2,8
	Netral	1	2,8	2,8	5,6
	Setuju	28	77,8	77,8	83,3
	Sangat Setuju	6	16,7	16,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

JASA8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	5,6	5,6	5,6
	Setuju	23	63,9	63,9	69,4
	Sangat Setuju	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

JASA9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	5,6	5,6	5,6
	Netral	3	8,3	8,3	13,9
	Setuju	24	66,7	66,7	80,6
	Sangat Setuju	7	19,4	19,4	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Lampiran 5
Hasil Uji Validitas
Variabel Aktivitas Promosi

Correlations

	PROMOSI1	PROMOSI2	PROMOSI3	PROMOSI4	PROMOSI5	PROMOSI6	PROMOSI7	PROMOSI8	PROMOSI9	AKTIVITAS PROMOSI
PROMOSI1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 ,303 36								,437** ,008 36
PROMOSI2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,303 ,073 36	1 ,669 36							,576** ,001 36
PROMOSI3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,302 ,073 36	1 ,302 36	1 ,000 36						,530** ,001 36
PROMOSI4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,076 ,660 36	-,072 ,677 36	1 ,000 36	1 ,000 36					,536** ,001 36
PROMOSI5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,011 ,951 36	-,103 ,550 36	,127 ,460 36	,281 ,097 36	1 ,011 36	-,103 ,550 36	1,27 ,460 36	,281 ,097 36	,418* ,011 36
PROMOSI6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1,000** ,303 36	1,000** ,073 36	-,074 ,669 36	-,076 ,660 36	1 ,011 36	1 ,011 36	-,074 ,669 36	-,076 ,660 36	,437** ,008 36
PROMOSI7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,303 ,073 36	1,000** ,302 36	,302 ,073 36	-,072 ,677 36	-,103 ,550 36	1 ,073 36	1 ,073 36	-,072 ,677 36	,576** ,000 36
PROMOSI8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,074 ,669 36	-,072 ,677 36	1,000** ,000 36	1,000 ,000 36	-,074 ,669 36	-,074 ,669 36	1 ,000 36	1,000 ,000 36	,530** ,001 36
PROMOSI9	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,076 ,660 36	-,072 ,677 36	1,000** ,000 36	1,000** ,000 36	-,076 ,660 36	-,072 ,677 36	1 ,000 36	1 ,000 36	,536** ,001 36
AKTIVITAS PROMOSI	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,437** ,008 36	,576** ,000 36	,530** ,001 36	,536** ,001 36	,418* ,011 36	,530** ,001 36	,530** ,001 36	,536** ,001 36	1 ,001 36

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 6
Hasil Uji Validitas
Variabel Pelayanan Jasa Catering
Correlations

	JASA1	JASA2	JASA3	JASA4	JASA5	JASA6	JASA7	JASA8	JASA9	PELAYANAN JASA CATERING	
JASA1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N 1 , 36	,620** ,000 36	,032 ,852 36	-.365* ,028 36	-.320 ,057 36	,271 ,110 36	-.081 ,638 36	,100 ,560 36	,044 ,798 36	,564** ,000 36	,564** ,000 36
JASA2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N , 36	1 , 36	,032 ,852 36	-.356* ,033 36	-.225 ,123 36	-.412* ,013 36	-.254 ,135 36	-.051 ,768 36	-.076 ,669 36	-.072 ,677 36	,550** ,001 36
JASA3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N , 36	1 , 36	1 , 36	,141 ,413 36	-.262 ,123 36	-.159 ,355 36	,120 ,487 36	,248 ,144 36	-.085 ,621 36	,620** ,000 36	,620** ,000 36
JASA4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N , 36	-.365* ,028 36	-.356* ,033 36	1 , 36	-.047 ,787 36	-.412* ,013 36	-.254 ,135 36	-.051 ,768 36	-.076 ,669 36	-.072 ,677 36	,365* ,028 36
JASA5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N , 36	-.320 ,057 36	-.225 ,123 36	-.047 ,787 36	1 , 36	-.053 ,761 36	,235 ,168 36	,021 ,902 36	-.076 ,669 36	,132 ,443 36	,412* ,013 36
JASA6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N , 36	,271 ,110 36	,287 ,090 36	-.412* ,013 36	-.053 ,761 36	1 , 36	,303 ,073 36	-.074 ,669 36	-.076 ,669 36	,359* ,032 36	,359* ,032 36
JASA7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N , 36	-.081 ,638 36	,163 ,342 36	-.254 ,135 36	,235 ,168 36	,303 ,073 36	1 , 36	,302 ,073 36	-.072 ,677 36	,471** ,004 36	,471** ,004 36
JASA8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N , 36	,100 ,560 36	,000 1,000 36	-.051 ,768 36	-.074 ,669 36	-.074 ,669 36	,302 ,073 36	1 , 36	,000 1,000 36	,445** ,007 36	,445** ,007 36
JASA9	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N , 36	,044 ,798 36	-.063 ,715 36	-.085 ,621 36	-.076 ,669 36	-.076 ,669 36	-.072 ,677 36	1 , 36	,404* ,014 36	,404* ,014 36	,404* ,014 36
PELAYANAN JASA CATERING	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N , 36	,564** ,000 36	,550** ,001 36	,620** ,000 36	,365* ,028 36	,412* ,013 36	,471** ,004 36	,445** ,007 36	,404* ,014 36	1 , 36	,564** ,000 36

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 7
Hasil Uji Reliabilitas
Variabel Aktivitas Promosi

Correlations

		ITEM-ITEM GANJIL AKTIVITAS PROMOSI	ITEM-ITEM GENAP AKTIVITAS PROMOSI
ITEM-ITEM GANJIL AKTIVITAS PROMOSI	Pearson Correlation	1	,871**
	Sig. (2-tailed)	,	,000
	N	36	36
ITEM-ITEM GENAP AKTIVITAS PROMOSI	Pearson Correlation	,871**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,
	N	36	36

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 8
Hasil Uji Reliabilitas
Variabel Pelayanan Jasa Catering

Correlations

		ITEM-ITEM GANJIL PELAYANAN JASA CATERING	ITEM-ITEM GENAP PELAYANAN JASA CATERING
ITEM-ITEM GANJIL PELAYANAN JASA CATERING	Pearson Correlation	1	,625**
	Sig. (2-tailed)	,	,000
	N	36	36
ITEM-ITEM GENAP PELAYANAN JASA CATERING	Pearson Correlation	,625**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,
	N	36	36

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 9
Hasil Uji Regresi Linier

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PELAYANAN JASA CATERING	38,00	1,971	36
AKTIVITAS PROMOSI	37,08	2,750	36

Correlations

		PELAYANAN JASA CATERING	AKTIVITAS PROMOSI
Pearson Correlation	PELAYANAN JASA CATERING	1,000	,769
	AKTIVITAS PROMOSI	,769	1,000
Sig. (1-tailed)	PELAYANAN JASA CATERING	,	,000
	AKTIVITAS PROMOSI	,000	,
N	PELAYANAN JASA CATERING	36	36
	AKTIVITAS PROMOSI	36	36

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	AKTIVITAS PROMOSI ^a	,	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: PELAYANAN JASA CATERING

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,769 ^a	,592	,580	1,277

a. Predictors: (Constant), AKTIVITAS PROMOSI

b. Dependent Variable: PELAYANAN JASA CATERING

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	80,514	1	80,514	49,336	,000 ^a
	Residual	55,486	34	1,632		
	Total	136,000	35			

a. Predictors: (Constant), AKTIVITAS PROMOSI

b. Dependent Variable: PELAYANAN JASA CATERING

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,550	2,919		6,012	,000
	AKTIVITAS PROMO	,551	,079	,769	7,024	,000

a. Dependent Variable: PELAYANAN JASA CATERING

Casewise Diagnostics^a

Case Number	Std. Residual	PELAYANAN JASA CATERING	Predicted Value	Residual
1	1,331	38	36,30	1,70
2	-1,179	37	38,51	-1,51
3	-,396	38	38,51	-,51
4	-1,610	37	39,06	-2,06
5	-,315	37	37,40	-,40
6	,387	39	38,51	,49
7	,548	37	36,30	,70
8	,738	40	39,06	,94
9	-2,825	36	39,61	-3,61
10	1,602	40	37,95	2,05
11	-,125	40	40,16	-,16
12	,899	38	36,85	1,15
13	-1,017	35	36,30	-1,30
14	1,009	42	40,71	1,29
15	-,235	36	36,30	-,30
16	,307	40	39,61	,39
17	-,315	37	37,40	-,40
18	-,827	38	39,06	-1,06
19	-,937	34	35,20	-1,20
20	1,521	41	39,06	1,94
21	-1,179	37	38,51	-1,51
22	,629	36	35,20	,80
23	,387	39	38,51	,49
24	,036	38	37,95	,05
25	,387	39	38,51	,49

26	,307	40	39,61	,39
27	,387	39	38,51	,49
28	-,856	33	34,09	-1,09
29	-1,961	36	38,51	-2,51
30	,036	38	37,95	,05
31	,548	37	36,30	,70
32	,307	40	39,61	,39
33	,899	38	36,85	1,15
34	1,089	41	39,61	1,39
35	,387	39	38,51	,49
36	,036	38	37,95	,05

a. Dependent Variable: PELAYANAN JASA CATERING

Residuals Statistics^a

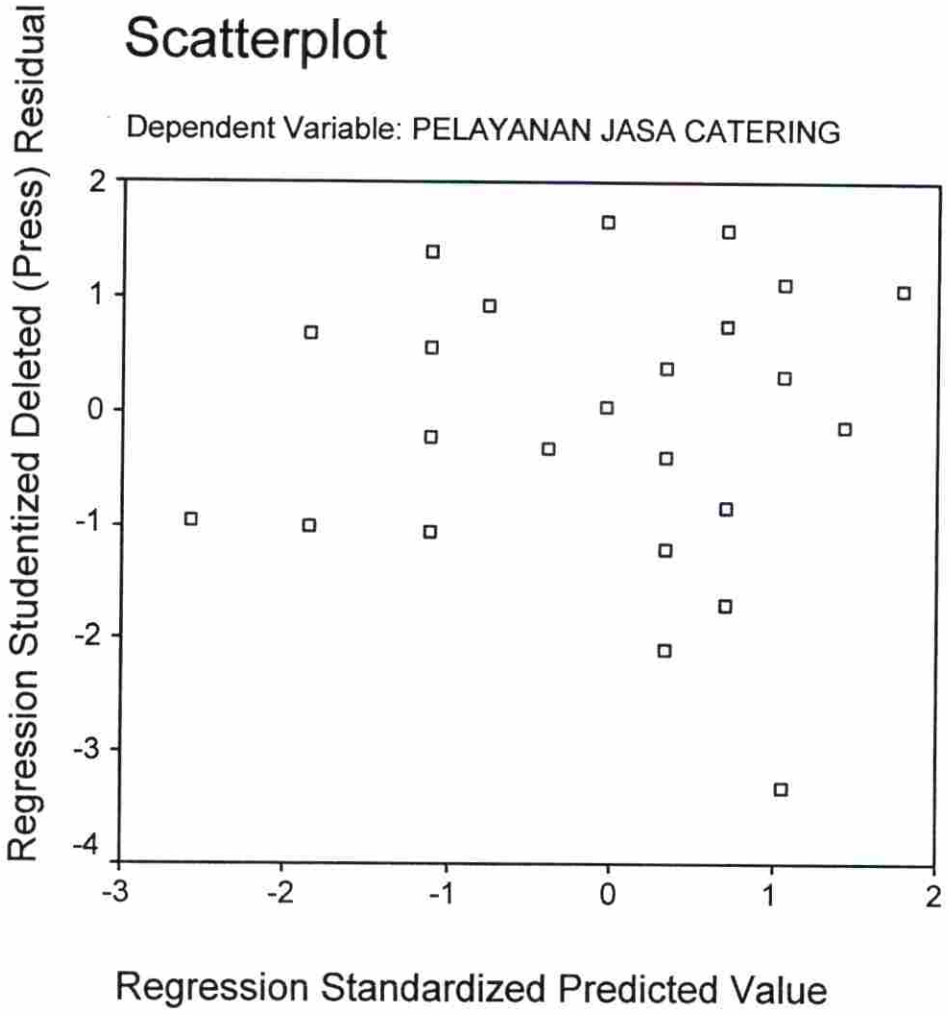
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	34,09	40,71	38,00	1,517	36
Std. Predicted Value	-2,575	1,788	,000	1,000	36
Standard Error of Predicted Value	,213	,595	,289	,086	36
Adjusted Predicted Value	34,40	40,54	38,00	1,494	36
Residual	-3,61	2,05	,00	1,259	36
Std. Residual	-2,825	1,602	,000	,986	36
Stud. Residual	-2,913	1,624	-,001	1,015	36
Deleted Residual	-3,84	2,10	,00	1,335	36
Stud. Deleted Residual	-3,313	1,666	-,015	1,060	36
Mahal. Distance	,001	6,633	,972	1,348	36
Cook's Distance	,000	,270	,031	,051	36
Centered Leverage Value	,000	,190	,028	,039	36

a. Dependent Variable: PELAYANAN JASA CATERING

Charts

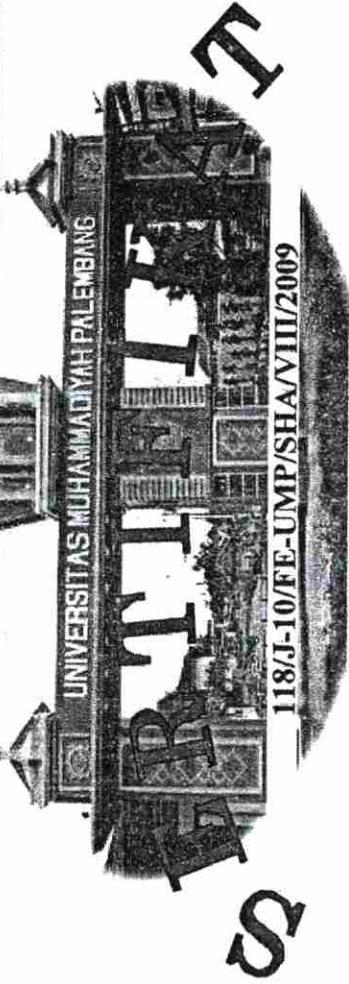
Scatterplot

Dependent Variable: PELAYANAN JASA CATERING





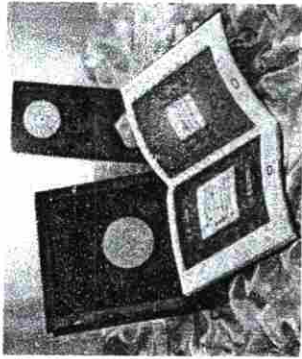
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

DIBERIKAN KEPADA :

NAMA : MUHAMMAD ZAID
NIM : 212007212.P
JURUSAN : Manajemen



Yang dinyatakan **LULUS** Membaca dan Hafalan Al - Qur'an
di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang
Dengan Predikat **MEMUASKAN**

Palembang, 12 Agustus 2009

an. Dekan

Pembantu Dekan IV



Drs. Antoni

Unggul dan Islami



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : Muhammad Zaid	PEMBIMBING : Arniza Nilawati, SE, M.M
NIRM/NIM : 21.2007.212.P	KETUA :
JURUSAN : Manajemen	ANGGOTA :
JUDUL SKRIPSI : Aktivitas Promosi Terhadap Pelayanan Jasa Pada Catering Usaha Muda	

NO.	TGL/BL/TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
			KETUA	ANGGOTA	
1	02-08-09	Bab I.	<i>Ponimp</i>		Ace
2	02-08-09	Bab II	<i>Ponimp</i>		perbaiki.
3	03-08-09	Bab II	<i>Ponimp</i>		Ace
4	03-08-09	Bab III	<i>Ponimp</i>		perbaiki
5	04-08-09	Bab III	<i>Ponimp</i>		—
6	05-08-09	Bab III	<i>Ponimp</i>		Ace
7	09-08-09	Bab IV	<i>Ponimp</i>		perbaiki.
8	10-08-09	Bab IV	<i>Ponimp</i>		—
9	11-08-09	Bab IV	<i>Ponimp</i>		—
10	12-08-09	Bab IV	<i>Ponimp</i>		Ace
11	13-08-09	Bab V	<i>Ponimp</i>		perbaiki.
12	15-08-09	Bab V	<i>Ponimp</i>		Ace
13	15-08-09	Bab V	<i>Ponimp</i>		Ace
14					
15		Siap & disini			
16					

CATATAN

Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan Skripsi, 6 bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan

Di keluarkan di : Palembang
 Pada tanggal : / /
 a.n. Dekan
 Ketua Jurusan,

 M. Orba Kurniawan, SE. SH

CATERING “ USAHA MUDA ”
Hj. NYIMAS ROSIDAH

No. Kes. 059/JB-B/Kes/2007, No. IPM/ 503/2038/PL/Kes/98
Jalan KH. Azhari No. 511 RT 09 RW. III Tangga Takat SU. II Palembang
Telp: 0711-512712, 7711141

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah

di

Palembang

Hal : Surat Keterangan Selesai Riset

Dengan hormat,

Yang menerangkan bahwa:

Nama : Muhammad Zaid

Nim : 21.2007.212.P

Fakultas : Ekonomi / Manajemen

Adalah benar yang bersangkutan telah melakukan pengumpulan data untuk penyelesaian skripsi di Catering Usaha Muda Palembang.

Demikianlah disampaikan ucapan terima kasih.

Palembang, 13 Agustus 2009

Hormat kami,



(Hj. Nyimas Rosidah)

Pimpinan

VOLUME PENJUALAN
 CATERING USAHA MUDA PALEMBANG
 Juli 2008 - Mei 2009

BULAN	MINGGU KE / PORSI												Total Per Bulan	
	1	Per Porsi (Rp)	TOTAL	2	Per Porsi (Rp)	TOTAL	3	Per Porsi (Rp)	TOTAL	4	Per Porsi (Rp)	TOTAL	Porsi	Rp
Juli	1500	15.000	22.500.000	800	15.000	12.000.000	0	-	-	1000	16.000	16.000.000	3300	50.500.000
Agustus	0	-	-	500	16.000	8.000.000	750	15.000	11.250.000	500	13.500	6.750.000	1750	26.000.000
September	670	16.000	10.720.000	850	15.000	12.750.000	300	15.000	4.500.000	650	16.000	10.400.000	2470	38.370.000
Oktober	1000	17.000	17.000.000	500	17.000	8.500.000	800	12.000	9.600.000	0	-	-	2300	35.100.000
November	850	15.000	12.750.000	300	16.000	4.800.000	500	15.000	7.500.000	500	16.000	8.000.000	2150	33.050.000
Desember	450	15.000	6.750.000	700	15.000	10.500.000	0	-	-	750	15.000	11.250.000	1900	28.500.000
Januari	750	17.000	12.750.000	1000	17.000	17.000.000	1000	16.000	16.000.000	0	16.500	-	2750	45.750.000
Februari	1750	17.500	30.625.000	500	16.000	8.000.000	1500	17.000	25.500.000	500	17.000	8.500.000	4250	72.625.000
Maret	500	17.000	8.500.000	500	17.000	8.500.000	0	-	-	600	18.000	10.800.000	1600	27.800.000
April	2000	20.000	40.000.000	400	19.000	7.600.000	300	19.000	5.700.000	1000	18.500	18.500.000	3700	71.800.000
Mei	200	18.000	3.600.000	800	18.500	14.800.000	500	18.000	9.000.000	0	19.000	-	1500	27.400.000
Jumlah	9670		165.195.000	6850		112.450.000	5650		89.050.000	5500		90.200.000	27670	456.895.000



Lampiran 2
Hasil Jawaban Responden
Terhadap Variabel Aktivitas Promosi

RESPONDEN	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
1	4	4	4	4	2	4	4	4	4
2	5	4	4	4	4	5	4	4	4
3	4	4	5	4	4	4	4	5	4
4	5	5	4	4	3	5	5	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	4	4	4	4	5	4	4	4
7	4	4	4	3	4	4	4	4	3
8	5	4	4	4	5	5	4	4	4
9	4	4	5	5	4	4	4	5	5
10	4	4	4	5	3	4	4	4	5
11	4	4	5	5	5	4	4	5	5
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4
13	3	4	4	4	4	3	4	4	4
14	5	5	5	4	4	5	5	5	4
15	4	4	3	4	4	4	4	3	4
16	5	5	5	3	4	5	5	5	3
17	4	4	5	3	4	4	4	5	3
18	4	4	4	5	5	4	4	4	5
19	4	2	4	4	4	4	2	4	4
20	4	5	5	4	3	4	5	5	4
21	5	4	4	4	4	5	4	4	4
22	4	3	3	4	4	4	3	3	4
23	4	4	4	5	4	4	4	4	5
24	5	4	4	4	3	5	4	4	4
25	4	4	5	4	4	4	4	5	4
26	4	4	5	5	4	4	4	5	5
27	5	4	4	4	4	5	4	4	4
28	4	4	4	2	2	4	4	4	2
29	4	5	4	4	4	4	5	4	4
30	5	4	4	4	3	5	4	4	4
31	4	4	5	2	4	4	4	5	2
32	5	5	4	4	4	5	5	4	4
33	4	4	4	4	3	4	4	4	4
34	4	4	5	5	4	4	4	5	5
35	5	4	4	4	4	5	4	4	4
36	4	4	4	4	5	4	4	4	4

Lampiran 3
Hasil Jawaban Responden
Terhadap Variabel Pelayanan Jasa Catering

RESPONDEN	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
1	4	5	4	4	5	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	5	4	4	4
3	5	4	4	4	4	4	4	5	4
4	2	4	4	4	5	5	5	4	4
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
6	5	5	4	4	4	5	4	4	4
7	3	5	5	5	4	4	4	4	3
8	5	5	4	4	5	5	4	4	4
9	2	2	5	5	4	4	4	5	5
10	5	5	5	4	4	4	4	4	5
11	4	4	4	5	5	4	4	5	5
12	5	4	5	4	4	4	4	4	4
13	3	4	4	4	5	3	4	4	4
14	5	5	5	3	5	5	5	5	4
15	4	4	4	4	5	4	4	3	4
16	4	5	5	4	4	5	5	5	3
17	4	4	4	4	5	4	4	5	3
18	3	4	4	5	5	4	4	4	5
19	4	4	4	4	4	4	2	4	4
20	5	5	5	4	4	4	5	5	4
21	4	4	4	3	5	5	4	4	4
22	4	4	5	5	4	4	3	3	4
23	4	4	4	5	5	4	4	4	5
24	4	4	4	4	5	5	4	4	4
25	4	4	4	5	5	4	4	5	4
26	5	5	4	4	4	4	4	5	5
27	5	5	4	4	4	5	4	4	4
28	4	4	4	4	3	4	4	4	2
29	2	4	4	4	5	4	5	4	4
30	5	5	4	4	3	5	4	4	4
31	4	4	5	4	5	4	4	5	2
32	5	4	4	4	5	5	5	4	4
33	5	5	4	4	4	4	4	4	4
34	5	5	5	4	4	4	4	5	5
35	5	5	4	4	4	5	4	4	4
36	4	4	5	5	4	4	4	4	4

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI



JURUSAN

JURUSAN MANAJEMEN (S1)

JURUSAN AKUNTANSI (S1)

MANAJEMEN PEMASARAN (D III)

IZIN PENYELENGGARAAN

: No 3450/D/T/2005

: No 3449/D/T/2005

: No 1611/D/T/2005

AKREDITASI

No 015/BAN-PT/AK-VII/S1/VI/2003. (B)

No 020/BAN-PT/AK-IXI/S1/X/2005 (B)

No 003/BAN-PT/Ak-IV/Dpi-III/IV/2004 (B)

Alamat : Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu ☎(0711) 511488 Facsimile 518018 Palembang 30263



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Hari / Tanggal : Rabu, 19 Agustus 2008
Waktu : 17.00 WIB
Nama : **MUHAMMAD ZAID**
NIM : 21 2007 212.P
Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **AKTIVITAS PROMOSI TERHADAP PELAYANAN JASA
PADA CATERING USAHA MUDA PALEMBANG**

TELAH DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI DAN PEMBIMBING SKRIPSI DAN
DIPERKENANKAN UNTUK MENGIKUTI WISUDA

NO	NAMA DOSEN	JABATAN	TGL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
1.	Arniza Nilawati, SE. MM	Pembimbing	29/8-09	
2.	Drs. H. Rosyadi, SE. MM	Ketua Penguji	29/8-09	
3.	Arniza Nilawati, SE. MM	Anggota Penguji I	29/8-09	
4.	Hj. Zuhriyah, SE. M.Si	Anggota Penguji II	29/8-09	

Palembang, Agustus 2009
A.n Dekan
U.b Koordinator Kelas Malam

M. Orba Kurniawna, SE, SH.

