

ANALYSIS OF BEHAVIOURAL FACTORS WITH INFLUENCED RESTAURANT/CAFÉ'S CONSUMER BUYING DECISION MAKING WITH "50% *DISCOUNT*" STIMULANT IN BANDUNG'S RESTURANTS/CAFE

ABSTRACT

This study aimed to determine the factors that most influence consumer behavior to the purchasing decision. Several factors were observed consumer behavior is social factors, personal factors, psychological factors, and cultural factors. Looking at business conditions restaurant/cafe which was not counted again in Bandung, a businessman restaurant/cafe needs to determine appropriate promotional strategy is to choose "50% Discount" promotion.

Use promotion "50% Discount" for food and beverage prices were considered very attractive for consumers. In addition, the use of marketing strategies with "50% Discount" is expected to be a stimulus to the purchase decision, so the result can be seen that the extent to which promotions are determined to work effectively. The results obtained from 320 respondents indicated that social factors, personal factors, psychological factors, and cultural factors have a positive and significant impact on purchase decision.

Keywords: Consumer Behaviour, "50% Discount", Buying Decision Making.

**FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN YANG
MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
RESTORAN/CAFÉ MELALUI STIMULUS “50% *DISCOUNT*”
DI BANDUNG**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor perilaku konsumen yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Beberapa faktor perilaku konsumen yang diamati yaitu faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, dan faktor budaya. Melihat kondisi bisnis restoran/kafe yang sudah tidak terhitung lagi di Bandung, membuat pebisnis restoran/kafe perlu menetapkan strategi promosi yang tepat yaitu dengan memilih promosi diskon 50%.

Penggunaan promosi diskon 50% untuk harga makanan dan minuman tersebut dianggap sangat menarik bagi konsumen. Selain itu, penggunaan strategi pemasaran dengan diskon 50% diharapkan dapat menjadi stimulus terhadap pengambilan keputusan pembelian sehingga hasilnya dapat terlihat bahwa sejauh mana promosi yang ditentukan dapat berjalan dengan efektif. Hasil penelitian yang didapat dari 320 responden menunjukkan bahwa faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, dan faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Diskon 50%, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Definisi Pemasaran.....	7

2.2 Definisi Manajemen Pemasaran.....	8
2.3 Bauran Pemasaran Jasa.....	9
2.3.1 Produk.....	11
2.3.2 Harga.....	14
2.3.2.1 Daftar Harga.....	15
2.3.2.2 Harga Diskon dan Potongan Harga.....	15
2.3.2.3 Potongan Penjualan.....	16
2.3.3 Tempat.....	18
2.3.4 Promosi.....	18
2.3.4.1 Bauran Promosi.....	19
2.3.4.1.1 Iklan.....	20
2.3.4.1.2 Pemasaran Langsung.....	23
2.3.4.1.3 Interaktif.....	24
2.3.4.1.4 Promosi Penjualan.....	24
2.3.4.1.5 Hubungan Masyarakat.....	26
2.3.4.1.6 Penjualan Pribadi.....	27
2.3.5 Orang.....	27
2.3.6 Proses.....	27
2.3.7 Bukti Fisik.....	28
2.4 Definisi Restoran dan Cafe.....	28
2.5 Kartu Kredit.....	29
2.6 Perilaku Konsumen.....	31
2.6.1 Stimuli.....	33

2.6.2 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku	
Konsumen.....	35
2.6.3 Keputusan Pembelian Konsumen.....	42
2.7 Penelitian Sebelumnya.....	52
2.8 Kerangka Penelitian dan Pengembangan Hipotesis.....	53
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	58
3.2 Jenis Penelitian.....	58
3.3 Definisi Operasional.....	59
3.4 Populasi dan Sampel.....	61
3.4.1 Populasi.....	61
3.4.2 Sampel.....	62
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6 Analisis Data.....	64
3.6.1 Uji Validitas.....	64
3.6.1.1 Validitas Muatan.....	65
3.6.1.2 Validitas Konstruk.....	66
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	66
3.6.3 Uji Hipotesis.....	67
3.6.3.1 Analisis Regresi Berganda.....	70
3.6.3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis.....	72

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	73
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	75
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	76
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	77
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan...	78
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan...	80
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Restoran/ <i>Cafe</i>	81
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber.....	82
4.1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi.....	83
4.2 Pernyataan Responden Mengenai Faktor-Faktor	
Perilaku Konsumen.....	84
4.2.1 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 1.....	84
4.2.2 Pernyataan Responden Terhadap Sosial 2.....	85
4.2.3 Pernyataan Responden Terhadap Sosial 3.....	86
4.2.4 Pernyataan Responden Terhadap Sosial 4.....	87
4.2.5 Pernyataan Responden Terhadap Sosial 5.....	88
4.2.6 Pernyataan Responden Terhadap Pribadi 1.....	89

4.2.7 Pernyataan Responden Terhadap Pribadi 2.....	90
4.2.8 Pernyataan Responden Terhadap Pribadi 3.....	91
4.2.9 Pernyataan Responden Terhadap Pribadi 4.....	92
4.2.10 Pernyataan Responden Terhadap Pribadi 5.....	93
4.2.11 Pernyataan Responden Terhadap Pribadi 6.....	94
4.2.12 Pernyataan Responden Terhadap Pribadi 7.....	95
4.2.13 Pernyataan Responden Terhadap Pribadi 8.....	96
4.2.14 Pernyataan Responden Terhadap Pribadi 9.....	97
4.2.15 Pernyataan Responden Terhadap Pribadi 10.....	98
4.2.16 Pernyataan Responden Terhadap Pribadi 11.....	99
4.2.17 Pernyataan Responden Terhadap Psikologis 1.....	100
4.2.18 Pernyataan Responden Terhadap Psikologis 2.....	101
4.2.19 Pernyataan Responden Terhadap Psikologis 3.....	102
4.2.20 Pernyataan Responden Terhadap Psikologis 4.....	103
4.2.21 Pernyataan Responden Terhadap Psikologis 5.....	104
4.2.22 Pernyataan Responden Terhadap Psikologis 6.....	105
4.2.23 Pernyataan Responden Terhadap Psikologis 7.....	106
4.2.24 Pernyataan Responden Terhadap Psikologis 8.....	107
4.2.25 Pernyataan Responden Terhadap Budaya 1.....	108
4.2.26 Pernyataan Responden Terhadap Budaya 2.....	109
4.2.27 Pernyataan Responden Terhadap Budaya 3.....	110
4.2.28 Pernyataan Responden Terhadap Budaya 4.....	111

4.3 Pernyataan Keputusan Pembelian Konsumen.....	113
4.3.1 Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 1.....	113
4.3.2 Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 2.....	114
4.3.3 Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 3.....	115
4.3.4 Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 4.....	116
4.4 Uji Instrumen.....	117
4.4.1 Uji Validitas.....	118
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	119
4.5 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	120
4.6 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	122

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	132
5.2 Saran.....	134

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran.....	11
Gambar 2 The Promotional Mix.....	20
Gambar 3 Model Perilaku Pembeli.....	32
Gambar 4 Major Influences on Customer Buying Behavior.....	33
Gambar 5 Model Pemrosesan Kognitif Pengambilan Keputusan Konsumen.....	44
Gambar 6 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap.....	47
Gambar 7 Kerangka Pemikiran.....	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Definisi Pemasaran.....	7
Tabel II Penelitian-penelitian Sebelumnya.....	52
Tabel III Definisi Operasional.....	59
Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	75
Tabel VI Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	76
Tabel VII Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	77
Tabel VIII Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	79
Tabel IX Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan.....	80
Tabel X Karakteristik Responden Berdasarkan Restoran/ <i>Cafe</i>	81
Tabel XI Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber.....	82
Tabel XII Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi.....	83
Tabel XIII Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 1.....	85
Tabel XIV Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 2.....	86
Tabel XV Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 3.....	87
Tabel XVI Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 4.....	88
Tabel XVII Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 5.....	89
Tabel XVIII Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 1.....	90
Tabel XIX Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 2.....	91
Tabel XX Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 3.....	92
Tabel XXI Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 4.....	93

Tabel XXII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 5.....	94
Tabel XXIII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 6.....	95
Tabel XXIV	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 7.....	96
Tabel XXV	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 8.....	97
Tabel XXVI	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 9.....	98
Tabel XXVII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 10.....	99
Tabel XXVIII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 11.....	100
Tabel XXIX	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 1.....	101
Tabel XXX	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 2.....	102
Tabel XXXI	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 3.....	103
Tabel XXXII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 4.....	105
Tabel XXXIII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 5....	106
Tabel XXXIV	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 6....	107
Tabel XXXV	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 7....	108
Tabel XXXVI	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 8....	109
Tabel XXXVII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 1.....	110
Tabel XXXVIII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 2.....	111
Tabel XXXIX	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 3.....	112
Tabel XL	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 4.....	113
Tabel XLI	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 1.....	115
Tabel XLII	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 2.....	116
Tabel XLIII	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan	

	Pembelian 3.....	117
Tabel XLIV	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 4.....	118
Tabel XLV	Hasil Uji Validitas.....	120
Tabel XLVI	Pengujian Reliabilitas.....	122
Tabel XLVII	Faktor Sosial.....	123
Tabel XLVIII	Faktor Pribadi.....	125
Tabel XLIX	Faktor Psikologis.....	127
Tabel L	Faktor Budaya.....	128
Tabel LI	Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, Faktor Budaya.....	130
Tabel LII	Ringkasan Hasil Keseluruhan Hipotesis.....	132

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian
Lampiran B	Uji Validitas
Lampiran C	Uji Reliabilitas
Lampiran D	Uji Regresi
Lampiran E	Frekuensi
Lampiran F	Jurnal Skripsi