

ABSTRACT

The use of "50% discount" promotion is an interesting phenomenon in retail business, especially as one of the marketing strategies within the company. It can also be used as a stimulus towards customer purchase decision. This research is trying to see the impact of the stimulus towards the customer purchase decision when they dine in restaurants in Bandung. This customer behavior is studied from the factors influencing that behavior, such as social, personal, psychological and cultural factors; whereas the customer purchase decision is studied from the decision making process, which is decided into fully planned purchase, partially planned purchase and unplanned purchase. The result of the research, which is taken from 320 respondents, shows that "50% discount" stimulus from social, personal, psychological and cultural, have positive influences significantly towards the customer purchase decision.

Keywords: Consumer Behavior, "50% discount", Customer Purchase Decision, Restaurant

ABSTRAK

Penggunaan promosi “50% *Discount*” merupakan sebuah fenomena yang menarik di kalangan bisnis ritel, sebagai salahsatu strategi pemasaran perusahaan. Penggunaan strategi pemasaran dengan 50% *Discount* di restoran dapat menjadi stimulus terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini mencoba melihat pengaruh stimulus tersebut, terhadap perilaku pengambilan keputusan pembelian konsumen restoran di Bandung. Perilaku konsumen diamati melalui faktor-faktor yang memengaruhi perilaku tersebut, yaitu faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor budaya, sedangkan keputusan pembelian diamati melalui bentuk proses pengambilan keputusan pembelian, dan digolongkan dalam *Fully Planned Purchase*, *Partially Planned Purchase*, dan *Unplanned Purchase*. Hasil penelitian dari 320 responden menunjukkan bahwa stimulus “50% *Discount*” yang diberikan melalui faktor sosial, pribadi, psikologis, budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, ”50% *discount*”, Keputusan Pembelian, Restoran.

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	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 10
2.1 Definisi Pemasaran	10
2.2 Definisi Manajemen Pemasaran	11
2.3 Bauran Pemasaran Jasa	12
2.3.1 Produk	14
2.3.2 Harga	17
2.3.2.1 Daftar Harga	18
2.3.2.2 Harga Diskon dan Potongan Harga	18

2.3.2.3 Potongan Penjualan	18
2.3.3 Tempat	20
2.3.4 Promosi	21
2.3.4.1 Bauran Promosi	22
2.3.4.1.1 Iklan	23
2.3.4.1.2 Pemasaran Langsung	26
2.3.4.1.3 Interaktif	26
2.3.4.1.4 Promosi Penjualan	26
2.3.4.1.5 Hubungan Masyarakat.....	29
2.3.4.1.6 Penjualan Pribadi	29
2.3.5 Orang	30
2.3.6 Proses	30
2.3.7 Bukti Fisik	30
2.4 Definisi Restoran dan <i>Café</i>	30
2.5 Kartu Kredit	31
2.6 Perilaku Konsumen	34
2.6.1 Stimuli	36
2.6.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen	38
2.6.3 Keputusan Pembelian Konsumen.....	45
2.7 Penelitian Sebelumnya	56
2.8 Kerangka Penelitian dan Pengembangan Hipotesis	57
 BAB III METODE PENELITIAN	 62
3.1 Objek Penelitian	62
3.2 Jenis Penelitian.....	62
3.3 Definisi Operasional	63
3.4 Populasi dan Sampel	65

3.4.1 Populasi	65
3.4.2 Sampel	66
3.5 Teknik Pengumpulan Data	67
3.6 Analisis Data	68
3.6.1 Uji Validitas	68
3.6.1.1 Validitas Muatan (<i>Content Validity</i>)	69
3.6.1.2 Validitas Konstruk (<i>Construct Validity</i>)	70
3.6.2 Uji Reliabilitas	70
3.6.3 Uji Hipotesis	71
3.6.3.1 Analisis Regresi Berganda	74
3.6.3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis	76
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	77
4.1 Karakteristik Responden	77
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	79
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	80
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	81
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan	84
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Restoran/ <i>Café</i> Yang Pernah Dikunjungi	85
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber	86
4.1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi	87
4.2 Pernyataan Responden Mengenai Faktor-faktor Perilaku Konsumen	88
4.2.1 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 1.....	88
4.2.2 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 2.....	89
4.2.3 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 3.....	90
4.2.4 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 4.....	92
4.2.5 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 5.....	93

4.2.6 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 1.....	94
4.2.7 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 2.....	95
4.2.8 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 3.....	96
4.2.9 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 4.....	97
4.2.10 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 5.....	98
4.2.11 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 6.....	99
4.2.12 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 7.....	100
4.2.13 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 8.....	102
4.2.14 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 9	103
4.2.15 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 10.....	104
4.2.16 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 11	105
4.2.17 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 1	106
4.2.18 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 2	107
4.2.19 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 3	108
4.2.20 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 4.....	109
4.2.21 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 5	110
4.2.22 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 6	112
4.2.23 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 7	113
4.2.24 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 8	114
4.2.25 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 1.....	115
4.2.26 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 2.....	116
4.2.27 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 3.....	117
4.2.28 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 4.....	118
4.3 Pernyataan Keputusan Pembelian Konsumen	119
4.3.1 Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 1.....	119
4.3.2 Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 2.....	120
4.3.3 Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 3.....	122
4.3.4 Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 4.....	123
4.4 Uji Instrumen	124
4.4.1 Uji Validitas.....	124
4.4.2 Uji Reliabilitas	126
4.5 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	129

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	138
5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran.....	140

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran	14
Gambar 2 The Promotional	22
Gambar 3 Model Perilaku Pembeli	35
Gambar 4 Major Influences on Customer Buying Behavior	36
Gambar 5 Model Pemrosesan Kognitif Pengambilan Keputusan Konsumen	47
Gambar 6 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap	51
Gambar 7 Kerangka Pemikiran	59

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Definisi Pemasaran.....10
Tabel II	Penelitian-penelitian Sebelumnya.....56
Tabel III	Definisi Operasional.....63
Tabel IV	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....78
Tabel V	Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....79
Tabel VI	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....80
Tabel VII	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....81
Tabel VIII	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....83
Tabel IX	Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan.....84
Tabel X	Karakteristik Responden Berdasarkan Restoran/ <i>Café</i> Yang Pernah Dikunjungi.....85
Tabel XI	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber.....86
Tabel XII	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi.....87
Tabel XIII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 1.....88
Tabel XIV	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 2.....90
Tabel XV	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 3.....91
Tabel XVI	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 4.....92
Tabel XVII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 5.....93
Tabel XVIII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 1.....94
Tabel XIX	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 2.....95
Tabel XX	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 3.....96
Tabel XXI	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 4.....97
Tabel XXII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 5.....98
Tabel XXIII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 6.....99
Tabel XXIV	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 7.....101
Tabel XXV	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 8.....102
Tabel XXVI	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 9.....103
Tabel XXVII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 10.....104
Tabel XXVIII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 11.....105
Tabel XXIX	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 1.....106
Tabel XXX	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 2.....107

Tabel XXXI	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 3.....	108
Tabel XXXII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 4.....	110
Tabel XXXIII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 5.....	111
Tabel XXXIV	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 6.....	112
Tabel XXXV	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 7.....	113
Tabel XXXVI	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 8.....	114
Tabel XXXVII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 1.....	115
Tabel XXXVIII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 2.....	116
Tabel XXXIX	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 3.....	117
Tabel XL	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 4.....	118
Tabel XLI	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 1.....	120
Tabel XLII	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 2.....	121
Tabel XLIII	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 3.....	122
Tabel XLIV	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 4.....	123
Tabel XLV	Hasil Uji Validitas.....	125
Tabel XLVI	Pengujian Reliabilitas.....	128
Tabel XLVII	Faktor Sosial.....	129
Tabel XLVIII	Faktor Pribadi.....	131
Tabel XLIX	Faktor Psikologis.....	132
Tabel L	Faktor Budaya.....	134
Tabel LI	Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, dan Faktor Budaya.....	136
Tabel LII	Ringakasan Hasil Keseluruhan Hipotesis.....	138