

ABSTRAK

Promosi penjualan merupakan cara dan alat yang digunakan oleh perusahaan untuk menarik konsumen agar mau melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Karena itu promosi penjualan merupakan salah satu hal yang penting dalam meningkatkan hasil penjualan.

Penulis melakukan penelitian pada Restoran Pizza hut di Jalan Sumatra no. 2 Bandung 40112. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan promosi penjualan yang dilaksanakan oleh Pizza Hut, mengetahui tanggapan konsumen terhadap promosi penjualan yang dikeluarkan oleh Pizza Hut, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara promosi penjualan dengan minat beli konsumen yang dilaksanakan oleh Pizza Hut.

Metode yang digunakan dalam menyusun skripsi ini adalah metode deskriptif analisis, yaitu dengan mengumpulkan, mengolah data, kemudian menganalisisnya dan memaparkan apa yang didapat dari objek yang diamati. Metode besaran statistik yang digunakan dalam penelitian adalah analisis korelasi pearson.

Pelaksanaan promosi penjualan Pizza Hut bertujuan untuk membujuk konsumen agar mau melakukan tindakan pembelian terhadap produk Pizza Hut. Pelaksanaan promosi penjualan Pizza Hut yang dinilai cukup baik adalah paket harga, paket bersama, pilihan menu yang beraneka ragam, dan pembukaan stand pizza Hut. Hal yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan pada promosi penjualan adalah promo pizza Hut yang kurang kadang masih kurang berkelanjutan, harga dari produk pizza yang beberapa konsumen tidak sesuai dengan harga produk pizza Hut, karena itu pizza Hut harus dapat membuat pilihan atau alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan juga kurangnya souvenir yang diberikan oleh pizza Hut.

Dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa besarnya nilai korelasi spearman adalah 0.296 yang berarti ada korelasi yang rendah antara promosi penjualan dengan minat beli konsumen. Lalu besarnya koefisien determinasi sebesar 8,76 %, yang berarti bahwa promosi penjualan mempengaruhi minat beli sebesar 8,76 % dan sisanya sebesar 91,24 % dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain.

Lalu dilakukan pengujian hipotesis untuk memastikan bahwa koefisien korelasi ini dapat diterima atau tidak. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menghitung nilai t , dan hasil yang diperoleh adalah 3,07; maka $3,07 > 1,99$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$), H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya adalah antara promosi penjualan dengan minat beli mempunyai hubungan yang berarti. Jadi dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi penjualan; memiliki hubungan atau pengaruh dengan minat beli konsumen terhadap produk Pizza Hut.

Saran penulis untuk mengembangkan Restoran Pizza Hut yaitu tetap menjaga promosi penjualan yang sudah baik, pertahankan paket harga yang sudah menjadi ciri khas dari Pizza Hut dan juga terus menyediakan paket dengan harga yang terjangkau sehingga siapapun dapat menikmati produk Pizza Hut.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	4
1.5.1. Kerangka Pemikiran.....	4
1.5.2. Hipotesis	8
1.6 Metodologi Penelitian	9
1.6.1. Metode Penelitian	9
1.6.2. Jenis dan Sumber Data	9
1.7. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pengertian Manajemen	11
2.2. Fungsi-fungsi Manajemen	12
2.3. Pengertian Pemasaran	13
2.4. Pengertian Bauran Pemasaran	14
2.5. Promosi	16
2.6. Bauran Promosi	17
2.7. Promosi Penjualan	18
2.7.1 Tujuan Promosi Penjualan	21
2.7.2. Manfaat Promosi Penjualan	22
2.7.3. Jenis-jenis Promosi Penjualan	23
2.7.4. Alat-alat Promosi Penjualan.....	23
2.7.5. Kekuatan dan Kelemahan Promosi Penjualan	25
2.8. Perilaku Konsumen	26
2.9. Proses Pembelian	30
2.10. Minat Beli	32
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	39
3.2. Variabel Penelitian	39
3.3. Operasionalisasi Variabel	40
3.4. Jenis dan Sumber Data	43

3.5. Teknik Pengumpulan Data	43
3.6. Teknik Sampling	45
3.7. Analisis Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	55
4.1.1. Sejarah Restoran Pizza Hut	55
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan	56
4.1.3. Konsep Restoran Pizza Hut	58
4.2. Bentuk Pelaksanaan Promosi yang dilakukan Restoran Pizza Hut	59
4.3. Promosi penjualan yang dilakukan Restoran Pizza Hut.....	61
4.4. Tanggapan Konsumen Terhadap Promosi Penjualan dan Minat Beli Konsumen	62
4.4.1. Profil Konsumen	62
4.4.2. Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan	66
4.4.2.1. Alat Promosi Penjualan : Paket Harga	66
4.4.2.2. Alat Promosi Penjualan : Premium, Paket Bersama.....	68
4.4.2.3. Alat Promosi Penjualan : Hadiah	71
4.4.2.4. Alat Promosi Penjualan : Promo, Event.....	73
4.4.3. Analisis Minat Beli Terhadap Produk Pizza Hut	74
4.4.3.1. Analisis Perhatian Konsumen	75
4.4.3.2. Analisis Ketertarikan Konsumen	76
4.4.3.3. Analisis Keinginan Konsumen	77
4.4.3.4. Analisis Tindakan Konsumen	78
4.4.4. Analisis Hubungan Antara Promosi Penjualan dengan Minat Beli	78
4.4.4.1. Koefisien Determinasi	80
4.4.4.2. Pengujian Hipotesis	81

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Tabel AIDA 33
Tabel 3.1	Operasional Variabel x 41
Tabel 3.2	Operasional Variabel y 42
Tabel 3.3	Derajat Hubungan dan Penafsiran 56
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden 63
Tabel 4.2	Usia Responden 63
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden 64
Tabel 4.4	Tingkat Penghasilan atau Pendapatan 65
Tabel 4.5	Alat Promosi Penjualan : Paket Harga 66
Tabel 4.6	Alat Promosi Penjualan : Premium, Paket Bersama 68
Tabel 4.7	Alat Promosi Penjualan : Hadiah 71
Tabel 4.8	Alat Promosi Penjualan : Promo, Event 73
Tabel 4.9	Analisis Perhatian Konsumen 75
Tabel 4.10	Analisis Ketertarikan Konsumen 76
Tabel 4.11	Analisis Keinginan Konsumen 77
Tabel 4.12	Analisis Tindakan Konsumen 78
Tabel 4.13	<i>Corelations</i> 79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	8
Gambar 1.2 Hipotesis	9
Gambar 2.1 Pengaktifan Perilaku	26
Gambar 2.2 Hirarki Kebutuhan Pokok	28
Gambar 2.3 Kebutuhan Yang Dibangunkan (Motif) Mengaktifkan Perilaku..	29
Gambar 2.4 Proses Pembelian Model Lima Tahap	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pizza Hut	57