

## **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/cafe 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, cultural, have positive influences significantly towards the customer purchase decision. it has no influence on the customer purchase decision.*

**Keywords:** *social, personal, psychological and cultural factors, 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/*cafe* 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 mempengaruhi perilaku tersebut, yaitu faktor sosial, faktor personal, faktor psychological, dan faktor cultural, 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 menunjukan bahwa stimulus “50% *Discount*” yang diberikan melalui faktor sosial, pribadi, psikologis, budaya berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pengambilan keputusan, berpengaruh terhadap perilaku pengambilan keputusan pembelian konsumen.

**Kata kunci:** faktor sosial, faktor personal, faktor psychological, dan faktor cultural, “50% *discount*”, keputusan pembelian, restoran/*cafe*.

## DAFTAR ISI

|                                         | Halaman |
|-----------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                     | i       |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                | ii      |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... | iii     |
| KATA PENGANTAR .....                    | iv      |
| ABSTRACT.....                           | vi      |
| ABSTRAK .....                           | vii     |
| DAFTAR ISI.....                         | viii    |
| DAFTAR GAMBAR .....                     | xii     |
| DAFTAR TABEL.....                       | xiii    |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                    | xv      |

### BAB I PENDAHULUAN

|                                        |   |
|----------------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....    | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....         | 2 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian ..... | 3 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....           | 4 |

### BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| 2.1 Definisi Pemasaran .....                  | 5  |
| 2.2 Definisi Manajemen Pemasaran .....        | 6  |
| 2.3 Bauran Pemasaran Jasa.....                | 7  |
| 2.3.1 Produk .....                            | 9  |
| 2.3.2 Harga .....                             | 11 |
| 2.3.2.1 Daftar Harga .....                    | 12 |
| 2.3.2.2 Harga Diskon dan Potongan Harga ..... | 12 |

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| 2.3.2.3 Potongan Penjualan .....                             | 13 |
| 2.3.3 Tempat .....                                           | 15 |
| 2.3.4 Promosi.....                                           | 15 |
| 2.3.4.1 Bauran Promosi .....                                 | 16 |
| 2.3.4.1.1 Iklan.....                                         | 17 |
| 2.3.4.1.2 Pemasaran Langsung .....                           | 20 |
| 2.3.4.1.3 Interaktif.....                                    | 21 |
| 2.3.4.1.4 Promosi Penjualan .....                            | 21 |
| 2.3.4.1.5 Hubungan Masyarakat.....                           | 23 |
| 2.3.4.1.6 Penjualan Pribadi .....                            | 24 |
| 2.3.5 Orang .....                                            | 24 |
| 2.3.6 Proses.....                                            | 24 |
| 2.3.7 Bukti Fisik .....                                      | 25 |
| 2.4 Definisi Restoran dan <i>Café</i> .....                  | 25 |
| 2.5 Kartu Kredit .....                                       | 26 |
| 2.6 Perilaku Konsumen .....                                  | 28 |
| 2.6.1 Stimuli.....                                           | 30 |
| 2.6.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen ..... | 32 |
| 2.7 Penelitian Sebelumnya.....                               | 49 |
| 2.8 Kerangka Penelitian dan Pengembangan Hipotesis .....     | 50 |

### BAB III METODE PENELITIAN

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 3.1 Objek Penelitian.....     | 55 |
| 3.2 Jenis Penelitian.....     | 55 |
| 3.3 Definisi Operasional..... | 56 |
| 3.4 Populasi dan Sampel ..... | 58 |
| 3.4.1 Populasi.....           | 58 |
| 3.4.2 Sampel.....             | 59 |

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                              | 60 |
| 3.6 Analisis Data .....                                        | 61 |
| 3.6.1 Uji Validitas .....                                      | 61 |
| 3.6.1.1 Validitas Muatan ( <i>Content Validity</i> ) .....     | 62 |
| 3.6.1.2 Validitas Konstruk ( <i>Construct Validity</i> ) ..... | 63 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....                                   | 63 |
| 3.6.3 Uji Hipotesis .....                                      | 64 |
| 3.6.3.1 Analisis Regresi Berganda .....                        | 67 |
| 3.6.3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis .....                     | 69 |

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1 Karakteristik Responden .....                                                               | 70 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                   | 71 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....                                          | 72 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal .....                                  | 73 |
| 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....                                      | 74 |
| 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                                       | 75 |
| 4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan .....                                       | 77 |
| 4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan<br>Restoran/ <i>Café</i> Yang Pernah Dikunjungi ..... | 78 |
| 4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber .....                                          | 79 |
| 4.1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi .....                                       | 80 |
| 4.2 Pernyataan Responden Mengenai Faktor-faktor                                                 |    |
| Perilaku Konsumen .....                                                                         | 81 |
| 4.2.1 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 1 .....                                       | 81 |
| 4.2.2 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 2 .....                                       | 82 |
| 4.2.3 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 3 .....                                       | 83 |
| 4.2.4 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 4 .....                                       | 84 |

|                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------|-----|
| 4.2.5 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 5.....        | 85  |
| 4.2.6 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 1 .....      | 86  |
| 4.2.7 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 2 .....      | 87  |
| 4.2.8 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 3 .....      | 88  |
| 4.2.9 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 4 .....      | 89  |
| 4.2.10 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 5.....      | 90  |
| 4.2.11 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 6.....      | 91  |
| 4.2.12 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 7.....      | 92  |
| 4.2.13 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 8.....      | 93  |
| 4.2.14 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 9.....      | 94  |
| 4.2.15 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 10.....     | 95  |
| 4.2.16 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 11.....     | 96  |
| 4.2.17 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 1.....   | 97  |
| 4.2.18 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 2 .....  | 98  |
| 4.2.19 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 3 .....  | 99  |
| 4.2.20 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 4.....   | 100 |
| 4.2.21 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 5.....   | 101 |
| 4.2.22 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 6.....   | 102 |
| 4.2.23 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 7 .....  | 103 |
| 4.2.24 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 8 .....  | 104 |
| 4.2.25 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 1.....       | 105 |
| 4.2.26 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 2 .....      | 106 |
| 4.2.27 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 3.....       | 107 |
| 4.2.28 Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 4.....       | 108 |
| 4.3 Pernyataan Keputusan Pembelian Konsumen .....               | 109 |
| 4.3.1 Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 1 ..... | 109 |
| 4.3.2 Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 2 ..... | 110 |
| 4.3.3 Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 3.....  | 111 |

|                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------|-----|
| 4.3.4 Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 4..... | 112 |
| 4.4 Uji Instrumen .....                                        | 113 |
| 4.4.1 Uji Validitas.....                                       | 113 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas .....                                   | 116 |
| 4.5 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan .....                   | 118 |

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 5.1 Kesimpulan ..... | 127 |
| 5.2 Saran .....      | 129 |

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                      | Halaman |
|----------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1 Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran .....               | 8       |
| Gambar 2 The Promotional Mix .....                                   | 17      |
| Gambar 3 Model Perilaku Pembeli .....                                | 29      |
| Gambar 4 Major Influences on Customer Buying Behavior .....          | 30      |
| Gambar 5 Model Pemrosesan Kognitif Pengambilan Keputusan Konsumen .. | 41      |
| Gambar 6 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap .....            | 44      |
| Gambar 7 Kerangka Pemikiran.....                                     | 52      |

## DAFTAR TABEL

|              | Halaman                                                                                   |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tabel I      | Definisi Pemasaran ..... 5                                                                |
| Tabel II     | Penelitian-penelitian Sebelumnya ..... 49                                                 |
| Tabel III    | Definisi Operasional ..... 56                                                             |
| Tabel IV     | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 71                                |
| Tabel V      | Karakteristik Responden Berdasarkan Status ..... 72                                       |
| Tabel VI     | Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal ..... 73                               |
| Tabel VII    | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan ..... 74                                   |
| Tabel VIII   | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ..... 75                                    |
| Tabel IX     | Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan ..... 77                                    |
| Tabel X      | Karakteristik Responden Berdasarkan Restoran/ <i>Café</i> Yang Pernah Dikunjungi ..... 78 |
| Tabel XI     | Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber ..... 79                                       |
| Tabel XII    | Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi ..... 80                                    |
| Tabel XIII   | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 1 ..... 81                                    |
| Tabel XIV    | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 2 ..... 82                                    |
| Tabel XV     | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 3 ..... 83                                    |
| Tabel XVI    | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 4 ..... 84                                    |
| Tabel XVII   | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Sosial 5 ..... 85                                    |
| Tabel XVIII  | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 1 ..... 86                                   |
| Tabel XIX    | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 2 ..... 87                                   |
| Tabel XX     | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 3 ..... 88                                   |
| Tabel XXI    | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 4 ..... 89                                   |
| Tabel XXII   | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 5 ..... 90                                   |
| Tabel XXIII  | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 6 ..... 91                                   |
| Tabel XXIV   | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 7 ..... 92                                   |
| Tabel XXV    | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 8 ..... 93                                   |
| Tabel XXVI   | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 9 ..... 94                                   |
| Tabel XXVII  | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 10 ..... 95                                  |
| Tabel XXVIII | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Pribadi 11 ..... 96                                  |
| Tabel XXIX   | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 1 ..... 97                                |
| Tabel XXX    | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 2 ..... 98                                |

|               |                                                                              |     |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel XXXI    | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 3.....                       | 99  |
| Tabel XXXII   | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 4.....                       | 100 |
| Tabel XXXIII  | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 5.....                       | 101 |
| Tabel XXXIV   | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 6.....                       | 102 |
| Tabel XXXV    | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 7.....                       | 103 |
| Tabel XXXVI   | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Psikologis 8.....                       | 104 |
| Tabel XXXVII  | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 1 .....                          | 105 |
| Tabel XXXVIII | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 2 .....                          | 106 |
| Tabel XXXIX   | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 3 .....                          | 107 |
| Tabel XL      | Pernyataan Responden Terhadap Faktor Budaya 4 .....                          | 109 |
| Tabel XLI     | Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 1.....                     | 110 |
| Tabel XLII    | Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 2.....                     | 111 |
| Tabel XLIII   | Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 3.....                     | 112 |
| Tabel XLIV    | Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 4.....                     | 113 |
| Tabel XLV     | Hasil Uji Validitas .....                                                    | 114 |
| Tabel XLVI    | Pengujian Reliabilitas .....                                                 | 117 |
| Tabel XLVII   | Faktor Sosial .....                                                          | 118 |
| Tabel XLVIII  | Faktor Pribadi .....                                                         | 120 |
| Tabel XLIX    | Faktor Psikologis .....                                                      | 121 |
| Tabel L       | Faktor Budaya .....                                                          | 123 |
| Tabel LI      | Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, dan<br>Faktor Budaya ..... | 124 |
| Tabel LII     | Ringakasan Hasil Keseluruhan Hipotesis .....                                 | 126 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|            |                  |
|------------|------------------|
| Lampiran A | Kuesioner        |
| Lampiran B | Data Frequencies |
| Lampiran C | Uji Validitas    |
| Lampiran D | Uji Reliabilitas |
| Lampiran E | Regresi          |