

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan pada sebuah perusahaan distributor makanan ringan yaitu PT. Popindo Gemilang Sejahtera. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tujuan dilakukannya promosi penjualan, bagaimana kegiatan promosi tersebut dilakukan, bagaimana respon konsumen terhadap promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan, dan untuk mengetahui terdapat tidaknya hubungan antara promosi penjualan dan minat beli konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menganalisis data yang diperoleh dari perusahaan yang diteliti.

Dari penelitian tersebut diketahui bahwa PT. Popindo Gemilang Sejahtera menggunakan dua jenis promosi penjualan yaitu pajangan dan demonstrasi di tempat pembelian dan percobaan gratis. Dan dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner untuk mengetahui terdapat tidaknya hubungan antara promosi penjualan dan minat beli konsumen dan hasilnya promosi penjualan hanya membawa pengaruh sebesar 15.18094921% (korelasi lemah) terhadap peningkatan minat beli konsumen dan sisanya yaitu 84.81905079% dipengaruhi oleh faktor lain diluar promosi penjualan.

Dari hasil penelitian tersebut, penulis mencoba memberikan beberapa saran kepada PT. Popindo Gemilang Sejahtera agar lebih baik dan maksimal di masa mendatang. Menurut penulis, sebaiknya demonstrasi lebih sering dilakukan agar lebih menarik perhatian pengunjung, tersedia tempat duduk bagi pembeli yang ingin menyantap langsung di outlet tersebut sehingga pembeli merasa nyaman, sebaiknya outletnya banyak berada dekat dengan bioskop, dan juga agar pihak PT. Popindo Gemilang Sejahtera lebih kreatif lagi dalam memikirkan hal-hal lain yang dapat dilakukan untuk dapat menarik minat beli konsumen misalnya membuat iklan dan sebagainya.

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
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
1.5 Kerangka pemikiran.....	4
1.6 Metodologi penelitian	
1.6.1 Metode penelitian.....	9
1.6.2 Jenis dan sifat penelitian.....	9
1.6.3 Jenis dan sumber data.....	9
1.6.4 Metode pengumpulan data.....	10
1.6.5 Teknik pengambilan sampel.....	10
1.6.6 Metode analisis data.....	11
1.7 Lokasi penelitian.....	11
1.8 Sistematika pembahasan.....	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Pengertian pemasaran dan bauran pemasaran.....	15
2.2	Pengertian komunikasi pemasaran.....	17
2.3	Pengertian promosi.....	19
2.3.1	Pentingnya promosi.....	19
2.3.2	Tujuan promosi.....	20
2.4	Bauran promosi dan penentuan bauran promosi.....	21
2.5	Promosi penjualan.....	25
2.5.1	Tujuan dan fungsi promosi penjualan.....	26
2.5.2	Karakteristik promosi penjualan.....	27
2.5.3	Kekuatan dan kelemahan promosi penjualan.....	28
2.5.4	Alat-alat yang digunakan dalam promosi penjualan.....	29
2.5.5	Keputusan utama dalam promosi penjualan.....	33
2.5.5.1	Pengembangan program promosi penjualan.....	33
2.5.5.2	Melakukan pra uji coba terhadap promosi penjualan..	35
2.5.5.3	Melaksanakan dan mengendalikan promosi penjualan.....	36
2.5.5.4	Mengevaluasi hasil promosi penjualan.....	37
2.6	Perilaku pembelian.....	37
2.6.1	Tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian..	42
2.6.2	Pengertian minat beli.....	44
2.7	Hubungan promosi penjualan dan minat beli konsumen.....	47

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek penelitian.....	49
3.2	Metode penelitian.....	49
3.3	Variabel penelitian.....	49
3.4	Operasional variabel.....	50
3.5	Jenis dan sumber data.....	52
3.6	Metode pengumpulan data.....	52
3.7	Teknik pengambilan sampel.....	54
3.8	Metode analisis data.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran umum perusahaan	
4.1.1	Sejarah singkat perusahaan.....	60
4.1.2	Sumber daya manusia dan struktur organisasi.....	60
4.2	Pelaksanaan promosi penjualan.....	63
4.3	Tujuan dilaksanakannya promosi penjualan pada PT. Popindo Gemilang Sejahtera.....	65
4.4	Tanggapan responden terhadap promosi penjualan dan minat beli konsumen pada PT. Popindo Gemilang Sejahtera.....	66
4.4.1	Profil responden.....	66
4.4.2	Atribut promosi penjualan.....	73
4.4.3	Atribut minat beli konsumen.....	80
4.5	Analisa peranan promosi penjualan terhadap minat beli konsumen....	85

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 90

5.2 Saran..... 91

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel	51
Tabel 4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
Tabel 4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.5	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan/ Uang Saku	69
Tabel 4.6	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	70
Tabel 4.7	Responden Mengetahui Keberadaan Produk	72
Tabel 4.8	Kuantitas Yang Ditawarkan Cukup Memadai	73
Tabel 4.9	Mendorong Responden Untuk Mendekat dan Melakukan Pembelian	74
Tabel 4.10	Responden Mengetahui Keberadaan Produk	75
Tabel 4.11	Mendorong Responden Untuk Mendekat dan Melakukan Pembelian	76
Tabel 4.12	Skor Rata-Rata	77
Tabel 4.13	Responden Mengetahui Keberadaan Produk	78
Tabel 4.14	Responden Mengetahui Kualitas Produk	79
Tabel 4.15	Responden Mengetahui Kelebihan dan Kekurangan Produk	80

Tabel 4.16	Responden Mempunyai Keinginan Untuk Mencoba Produk	81
Tabel 4.17	Responden Mempunyai Keinginan Untuk Melakukan Pembelian	82
Tabel 4.18	Korelasi Rank Spearman	84
Tabel 4.19	Angka Kembar Variabel x	85
Tabel 4.20	Angka Kembar Variabel y	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran	8
Gambar 2.1	Proses Komunikasi	18
Gambar 2.2	Model Perilaku Pembelian	40
Gambar 2.3	Proses Pembelian Model Lima tahap	43
Gambar 2.4	Model AIDA	45
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	61
Gambar 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Gambar 4.3	Distibusi Responden Berdasarkan Usia	67
Gambar 4.4	Distribusi Respdnen Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
Gambar 4.5	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Gambar 4.6	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	70
Gambar 4.7	Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	71

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabel Atribut Untuk Promosi Penjualan
- Lampiran 3 Tabel Atribut Untuk Minat Beli Konsumen