

ABSTRACT

Nowadays the food positioning as basic needs has turn into such commerce commodity that never has been gone. There are a lot of restaurant that provide any kind of food that match the consumer appetite. This situations has made some business developer try to run the business.

Grand Eastern Restaurant Bandung, is located at Jl. Pasirkaliki, is well known as international restaurant that serve Chinese food modern. Their consumer target is middle to up class. The appearance of same kind restaurant has push Grand Eastern Restaurant to tied rivalry in the world of restaurant business. Meanwhile, Grand Eastern Restaurant has to maintenance their consumer, before they try to look the other restaurant, with advertising as we known that the main purpose is to introduce the restaurant it self and try to publicate but that's not all, advertising also try to remind the consumer. The purpose of this research is to find out the close relationship between advertising budgeting with the increase of selling volume in Grand Eastern Restaurant.

The method used in this research is the research method, the case study using the correlation analysis technique and the type of research is explanatory and the aim is to explain causal relationship between variables using hypothetical research. The data is collected by document study, interviews and literature study.

Data analysis is done by quantitative and qualitative way. The qualitative analysis is done by SWOT analysis. While the quantitative analysis is done by using data normality tests continued by Pearson's coefficient correlation between advertising budgeting variable (x) and selling volume variable (y). This variable is used for calculating correlation and testing hypothesis. The significance data tests use student's distribution and that distribution in intended to identify close relationship between variable x and y. In several tests, there is also a trend analysis which is used to see fluctuation which possibly tends to go into one directions.

From the result of the research using Pearson's coefficient correlation, I conclude that advertising budgeting done by Grand Eastern Restaurant have a relation with the increase of the sales volume. And from this qualitative research results, we can conclude that there are many factors which possibly influence selling volume increase, besides the advertising budgeting factor.

ABSTRAK

Saat ini, makanan sebagai kebutuhan dasar manusia telah berubah menjadi komoditi dagang yang tidak pernah hilang. Ada banyak rumah makan yang menyediakan jenis makanan sesuai dengan selera pelanggan. Situasi ini telah membuat beberapa pengembang bisnis mencoba untuk menjalankan bisnis di bidang makanan.

Grand Eastern Restaurant Bandung, yang terletak di Jl. Pasirkaliki, dikenal sebagai rumah makan internasional yang menyediakan makanan *Chinese Modern*. Target konsumen mereka adalah orang-orang kelas menengah sampai kelas menengah atas. Tampilan yang sama dari rumah makan sejenis lainnya telah mendorong Grand Eastern Restaurant untuk mencoba bersaing di dunia bisnis rumah makan. Sementara itu, Grand Eastern Restaurant harus tetap mempertahankan pelanggan mereka sebelum para pelanggan ini mencoba mencari rumah makan lainnya, dengan iklan yang kita tahu tujuan utamanya adalah untuk memperkenalkan rumah makan itu sendiri dan mencoba untuk mempublikasikannya tapi bukan hanya itu, iklan juga mencoba untuk mengingatkan pelanggan. Tujuan dari riset ini adalah untuk mencari tahu hubungan terdekat antara dana publikasi dengan peningkatan volume penjualan di Grand Eastern Restaurant.

Metode yang digunakan dalam riset ini adalah metode riset, studi kasus menggunakan teknik analisa korelasi dan jenis riset yang digunakan adalah verifikatif dan tujuannya adalah untuk menjelaskan hubungan kausal antara variable dengan menggunakan riset hipotesis. Data dikumpulkan melalui studi dokumen, wawancara dan studi literature.

Analisa data dilakukan dengan cara kuantitatif dan kualitatif. Analisa kualitatif dikerjakan dengan menggunakan analisa SWOT. Sementara analisa kuantitatif dilakukan dengan menggunakan pengujian normalisasi data (*data normality test*) yang dilanjutkan dengan korelasi koefisien Pearson antara variabel dana publikasi (x) dengan variable volume penjualan (y). Variabel ini digunakan untuk menghitung korelasi dan hipotesa pengujian. Signifikansi pengujian data menggunakan *student's distribution* dan distribusi tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan terdekat antara variable x dan y. Dalam beberapa pengujian, juga terlihat analisa trend yang digunakan untuk melihat fluktuasi yang memungkinkan kecenderungan untuk bergerak ke satu arah.

Dari hasil riset dengan menggunakan korelasi koefisien Pearson, saya menyimpulkan bahwa dana publikasi di Grand Eastern Relation mempunyai hubungan dengan meningkatnya volume penjualan. Dan dari hasil riset kualitatif, kami simpulkan bahwa ada faktor lain yang mungkin mempengaruhi peningkatan volume penjualan, disamping faktor dana publikasi.

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.6 Lokasi Penelitian	12
1.7 Hipotesis	12
1.8 Sistematika Pembahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	14
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2.3 Pengertian segmen Pasar	15
2.4 Bauran Pemasaran	16

2.5	Periklanan	20
2.5.1	Pengertian Periklanan	21
2.5.2	Keputusan-keputusan dalam Periklanan	21
2.6	Pengertian Jasa	33
2.6.1	Kategori Jasa	34
2.6.2	Karakteristik Jasa	35
2.7	Pengertian Restoran	36
2.8	Tipe-tipe Restoran	37
2.9	Hubungan Periklanan dalam Meningkatkan Hasil Penjualan	38

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	
3.1.1	Sejarah Restoran Grand Eastern	39
3.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan Restoran Grand Eastern	41
3.1.3	Penerapan 7P pada Restoran Grand Eastern	45
3.1.3.1	Produk Restoran Grand Eastern	45
3.1.3.2	Harga	54
3.1.3.3	Tempat	54
3.1.3.4	Promosi	54
3.1.3.5	Orang	54
3.1.3.6	Bukti Fisik	55

3.1.3.7	Proses	55
3.2	Metode Penelitian	55
3.2.1	Operasional Variabel	56
3.2.2	Sumber Data	57
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data	58
3.2.4	Rancangan Uji Hipotesis	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	63
4.2	Pembahasan	68
4.2.1	Pelaksanaan Periklanan pada Restoran Grand Eastern	68
4.2.2	Analisa Peningkatan Biaya Periklanan	71
4.2.3	Perkembangan Volume Penjualan	72
4.2.4	Pengaruh Periklanan dalam Meningkatkan Hasil Penjualan	74
4.2.4.1	Analisa Biaya Periklanan dan Hasil Penjualan Periode Bulan Januari – Juni tahun 2003	74
4.2.4.2	Analisis Regresi	76
4.2.4.3	Analisis Koefisien Korelasi Pearson	80
4.2.4.4	Analisis Koefisien Determinasi	82
4.2.4.5	Pembuktian Pengujian Hipotesis	82

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	89

DAFTAR PUSTAKA	xii
-----------------------	-----

LAMPIRAN	xiii
-----------------	------

- Restoran Grand Eastern	xv
--------------------------	----

- Ballroom	xvii
------------	------

RIWAYAT HIDUP PENGARANG	xviii
--------------------------------	-------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Tabel Data Penjualan dan Biaya Periklanan selama Periode bulan Januari – Juni tahun 2003	3
Tabel 3.1.	Tabel Operasional Variabel	57
Tabel 4.1.	Tabel Jenis Media Periklanan	69
Tabel 4.2.	Tabel Data Peningkatan Biaya Periklanan selama Periode bulan Januari – Juni tahun 2003	71
Tabel 4.3.	Tabel Data Peningkatan Hasil Penjualan selama Periode bulan Januari – Juni tahun 2003	73
Tabel 4.4	Tabel Biaya Periklanan dan Hasil Penjualan Restoran Grand Eastern selama Periode bulan Januari – Juni tahun 2003	75
Tabel 4.5	Tabel Pengolahan Data tentang Besarnya Biaya Periklanan dan Hasil Penjualan pada Restoran Grand Eastern (dalam puluhan juta rupiah)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Bagan Kerangka Pemikiran	11
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Restoran Grand Eastern	41
Gambar 4.1. Peningkatan Biaya Periklanan periode bulan Januari - Juni tahun 2003	72
Gambar 4.2 Peningkatan Hasil Penjualan periode bulan Januari - Juni tahun 2003	73
Gambar 4.3 Kurva distribusi t	87