

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh kegiatan promosi kebijakan harga terhadap keputusan pembelian pada Mouton *Slice and Grill*. Mouton *Slice and Grill* yang berlokasi di jalan Gandapura no. 59 Bandung, merupakan salah satu restoran yang sedang naik daun di kalangan mahasiswa di kota Bandung.

Penelitian riset ini termasuk penelitian hubungan kausal (*causal explanatory*), karena untuk menguji dan menganalisis ada atau tidaknya pengaruh kegiatan promosi dan kebijakan harga terhadap keputusan pembelian pada Mouton *Slice and Grill*, dengan menggunakan teknik regresi linier sederhana. Populasi yang diambil yaitu Masyarakat Kota Bandung meliputi para wisatawan yang ada di kota Bandung. Pengujian validitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan CFA (Confirmatory Factor Analysis), dan perhitungan reliabilitas dengan Alpha Cronbach

Peneliti menemukan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara kegiatan promosi terhadap keputusan pembelian, dan terdapat pengaruh yang signifikan antara kebijakan harga terhadap keputusan pembelian pada Mouton *Slice and Grill*. peneliti mengharapkan Mouton Slice & Grill tetap dapat mempertahankan strategi promosi yang dilakukan, dan berharap Mouton Slice & Grill tetap dapat mempertahankan Kebijakan Harga yang telah dibuat saat ini.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Kebijakan Harga, Keputusan Pembelian

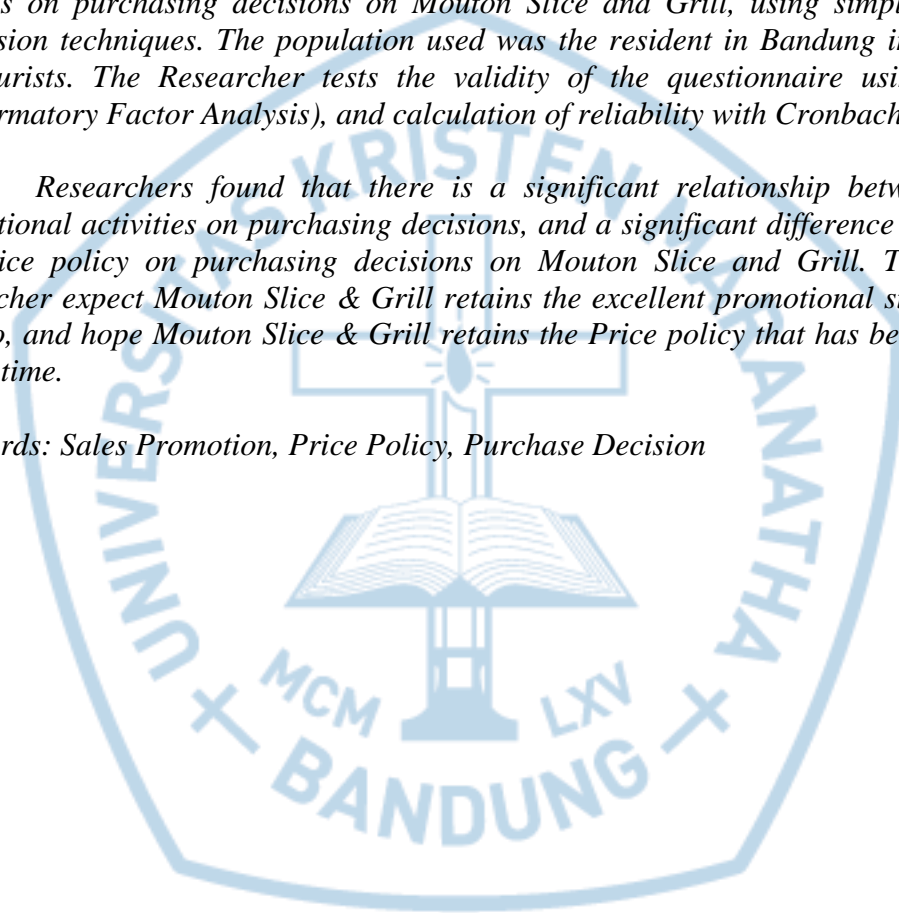
ABSTRACT

This study has the objective to measure the effect of promotional activities of the pricing policy on purchasing decisions on Mouton Slice and Grill. Mouton Slice and Grill is located on the road Gandapura no. 59 Bandung, and becomes a restaurant that popular among college students in the city of Bandung.

This research study includes research causal relationship (causal explanatory), due to test and analyze the effect of promotional activities and pricing policies on purchasing decisions on Mouton Slice and Grill, using simple linear regression techniques. The population used was the resident in Bandung including the tourists. The Researcher tests the validity of the questionnaire using CFA (Confirmatory Factor Analysis), and calculation of reliability with Cronbach Alpha

Researchers found that there is a significant relationship between the promotional activities on purchasing decisions, and a significant difference between the price policy on purchasing decisions on Mouton Slice and Grill. Thus, the researcher expect Mouton Slice & Grill retains the excellent promotional strategies that do, and hope Mouton Slice & Grill retains the Price policy that has been made at this time.

Keywords: Sales Promotion, Price Policy, Purchase Decision



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYATULIS SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATAPENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1,2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
2.1.3.1 Product.....	16
2.1.3.2 Price.....	17
2.1.3.3 Place.....	19
2.1.3.4 Promotion.....	20

2.1.3.4.1 Tujuan Promosi.....	21
2.1.3.4.2 Alat Promosi.....	22
2.1.3.5 People.....	24
2.1.3.6 Process.....	25
2.1.3.7 Physical Evidence.....	25
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	26
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	27
2.1.5.1 Jenis Keputusan Pembelian.....	31
2.1.5.2 Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....	32
2.2 Kerangka Teoritis.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Populasi Dan Sampel.....	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.4 DOV.....	45
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.6 Metode Analisis Data.....	48
3.7 Uji Instrumen.....	48
3.7.1 Uji Validitas.....	48
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	49

3.8 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.8.1 Uji Normalitas.....	49
3.8.2 Uji Multikolinearitas.....	50
3.8.3 Uji Heteroskedasitas.....	51
3.9 Metode Pengujian Hipotesis Penelitian.....	52
3.9.1 Analisis Regresi Linier.....	54
3.10 Uji Partial.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Profil Responden.....	55
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Kunjungan.....	56
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per-Bulan.....	57
4.2 Uji Instrumen.....	57
4.2.1 Uji Validitas.....	57
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	61
4.3 Uji Deskriptif Per Variabel.....	61
4.3.1 Uji Deskriptif Variabel Kegiatan Promosi.....	62
4.3.2 Uji Deskriptif Variabel Kebijakan Harga.....	63
4.3.3 Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	64
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.4.1 Uji Normalitas.....	66
4.4.2 Uji Heteroskedadistitas.....	67
4.4.3 Uji Multikolineritas.....	68
4.5 Pengujian Hipotesis.....	68

4.5.1 Uji Hipotesis Pengaruh Antara Variabel kegiatan promosi dan Kebijakan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.6 Pembahasan.....	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Simpulan.....	76
5.2 Implementasi Manajerial.....	78
5.3 Keterbatasan Dan Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Proses Keputusan Pembelian.....	27
Gambar 2.2	Kerangka Teoritis.....	37
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 4.1	Grafik Uji Deskriptif Variabel Kegiatan Promosi.....	63
Gambar 4.2	Grafik Uji Deskriptif Variabel Kebijakan Harga.....	64
Gambar 4.3	Grafik Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.2	Skala Likert.....	46
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Kunjungan.....	56
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	57
Tabel 4.5	KMO Bartlett Sebelum Eliminasi.....	58
Tabel 4.6	RCM Sebelum Eliminasi Item.....	58
Tabel 4.7	<i>KMO And Bartlett's Test</i>	59
Tabel 4.8	<i>Rotated Component Matrix</i>	60
Tabel 4.9	Reliabilitas Kuesioner.....	61
Tabel 4.10	Uji Deskriptif Variabel Kegiatan Promosi.....	62
Tabel 4.11	Uji Deskriptif Variabel Kebijakan Harga.....	63
Tabel 4.12	Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4.13	<i>One Sample Kolmogorov Smirnov Test</i>	66
Tabel 4.14	Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel 4.15	Uji Multikolinieritas.....	68
Tabel 4.16	Anova.....	70
Tabel 4.17	Pengujian Koefisien Kontribusi Hipotesis.....	70
Tabel 4.18	Pengujian Persamaan Regresi.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER	XVI
LAMPIRAN B DATA RESPONDEN	XX
LAMPIRAN C UJI VALIDITAS DAN RELIABILITASS	XXII
LAMPIRAN D UJI ASUMSI KLASIK	XXVII
LAMPIRAN E UJI HIPOTESIS	XXVII
LAMPIRAN F PROFIL PENELITI	XXXX

