

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Surya Sumantri No. 81 Bandung. Untuk itu, peneliti akan melihat pengaruh dari promosi penjualan terhadap minat beli dengan menggunakan regresi linier sederhana. Jenis penelitian ini adalah *causal explanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha, sedangkan sampel dalam penelitian ini mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang pernah belanja di Indomaret Surya Sumantri. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier sederhana. Berdasarkan perhitungan regresi, peneliti menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan dan dengan minat beli di Indomaret Surya Sumantri Bandung pada para mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha. Selain itu, peneliti menemukan bahwa sebesar 47.8% dari minat beli dipengaruhi oleh promosi penjualan. Dengan demikian, semakin besar aktivitas promosi yang dilakukan oleh Indomaret, maka akan dapat meningkatkan minat beli di Indomaret Surya Sumantri Bandung.

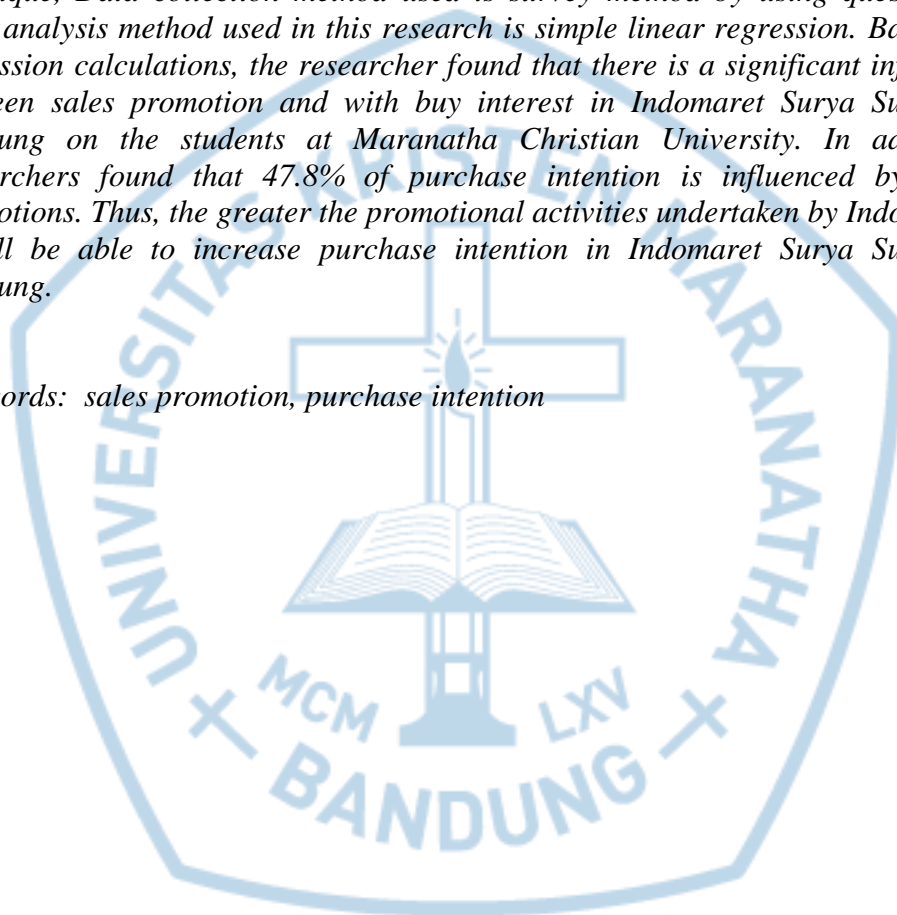
Kata-kata kunci: promosi penjualan, minat beli



ABSTRACT

This research has a purpose to know whether there is influence of sales promotion to consumer's purchase intention at Indomaret Surya Sumantri 81 Bandung. Therefore, the researcher will see the effect of sales promotion on purchase intention by using simple linear regression. This type of research is causal explanatory. The population in this study is a student of Maranatha Christian University, while the sample in this study was a student of Faculty of Economics of Maranatha Christian University who had been shopping at Indomaret Surya Sumantri. Sample technique used in this research use purposive sampling technique, Data collection method used is survey method by using questioner. Data analysis method used in this research is simple linear regression. Based on regression calculations, the researcher found that there is a significant influence between sales promotion and with buy interest in Indomaret Surya Sumantri Bandung on the students at Maranatha Christian University. In addition, researchers found that 47.8% of purchase intention is influenced by sales promotions. Thus, the greater the promotional activities undertaken by Indomaret, it will be able to increase purchase intention in Indomaret Surya Sumantri Bandung.

Keywords: sales promotion, purchase intention



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.2 Manajemen Pemasaran	7
2.1.3 Bauran Pemasaran	8
2.1.4 Promosi	9
2.1.4.1 Tujuan Promosi	9
2.1.4.2 Faktor yang mempengaruhi Promosi	12
2.1.5 Bauran Promosi	12
2.1.6 Promosi Penjualan	13
2.1.6.1 Tujuan Promosi Penjualan	15
2.1.6.2 Jenis Promosi Penjualan	17
2.1.6.3 Alat Promosi Penjualan	17
2.1.6.4 Kelebihan dan Kekurangan Promosi Penjualan	18
2.1.6.5 Sifat-sifat Promosi Penjualan	19
2.1.6.6 Langkah-langkah Promosi Penjualan	20
2.1.6.7 Pengembangan Program Promosi Penjualan ..	23
2.1.7 Minat Beli	23
2.1.7.1 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	25
2.1.7.2 Indikator Minat Beli	26
2.1.8 Riset Empiris	27
2.1.9 Rerangka Teori	30
2.2 Rerangka Pemikiran	32
2.3 Pengembangan Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.2.1 Teknik Pengambilan Sampel	35
3.2.2 Jumlah Sampel Minimum	35
3.3 Definisi Operasional Variabel (DOV)	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5 Teknik Analisis Data	40
3.6 Uji Coba Instrumen	41
3.6.1 Uji Validitas	41
3.6.2 Uji Reliabilitas	42
3.6.3 Uji Normalitas	43
3.6.4 Uji Heteroskedastisitas	43
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Hasil Penelitian Berdasarkan Data Demografis	45
4.1.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	47
4.1.2.1 Uji Validitas	48
4.1.2.2 Uji Reliabilitas	50
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	51
4.1.3.1 Uji Normalitas	52
4.1.3.2 Uji Heteroskedadistitas	54
4.1.4 Uji Hipotesis	55
4.1.4.1 Uji Hipotesis simultan antara Promosi Penjualan dan terhadap Minat Beli	55
4.2 Pembahasan	58
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	60
5.2 Keterbatasan Penelitian	60
5.3 Implikasi Penelitian	60
5.4 Saran	61
 DAFTAR PUSTAKA	 62
LAMPIRAN	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	126

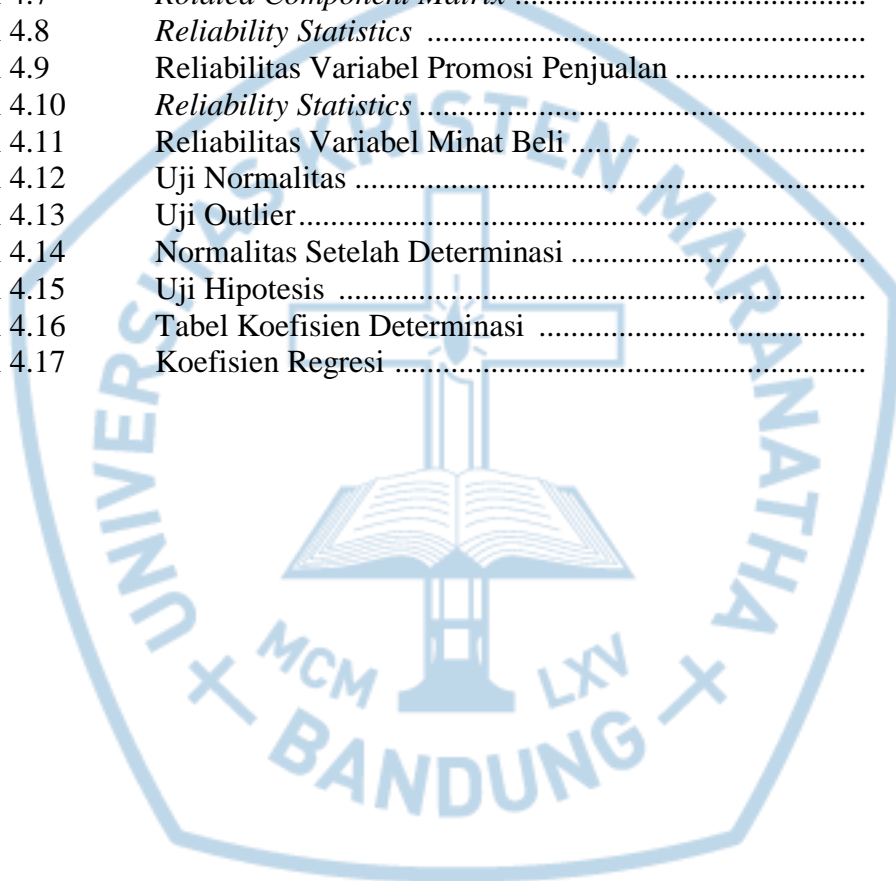
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Empat P Dalam Bauran Pemasaran	9
Gambar 2.2 <i>Marketing Mix</i>	31
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 <i>Scatterplot</i> (Variabel Minat Beli)	55



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Riset Empiris	27
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 4.1	Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	Usia	46
Tabel 4.3	Penghasilan	46
Tabel 4.4	Pengeluaran.....	47
Tabel 4.5	Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha	47
Tabel 4.6	KMO and Bartlett's Test	48
Tabel 4.7	<i>Rotated Component Matrix</i>	49
Tabel 4.8	<i>Reliability Statistics</i>	50
Tabel 4.9	Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan	50
Tabel 4.10	<i>Reliability Statistics</i>	51
Tabel 4.11	Reliabilitas Variabel Minat Beli	51
Tabel 4.12	Uji Normalitas	52
Tabel 4.13	Uji Outlier.....	53
Tabel 4.14	Normalitas Setelah Determinasi	54
Tabel 4.15	Uji Hipotesis	55
Tabel 4.16	Tabel Koefisien Determinasi	57
Tabel 4.17	Koefisien Regresi	57



DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran A	Kuesioner	64
Lampiran B	Hasil <i>Output</i> SPSS	67
Lampiran C	Data Mentah	111

