



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN (*SALES PROMOTION*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PT.SARIMELATI KENCANA PIZZA HUT DELIVERY (PHD)
(STUDI KASUS PEMBELIAN *TAKE AWAY*) OUTLET KOJA,
JAKARTA**

SKRIPSI

LUTHFIYAH

1212.1111.323

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TAHUN 2016

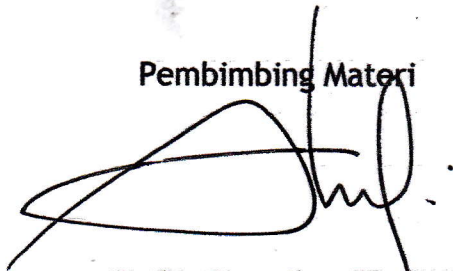
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Luthfiyah
NIM : 1212.1111.323
Jenjang : Strata Satu (S1)
Program Study : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada
PT.Sarimelati Kencana Pizza Hut Delivery (PHD)
(Study Kasus Pembelian *Take Away*) Outlet Koja,
Jakarta

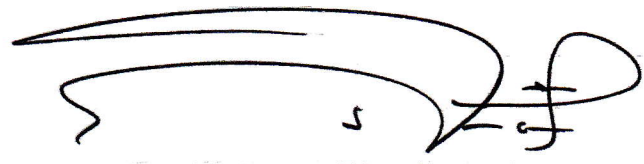
Jakarta, Agustus 2016

Pembimbing Materi



(Arifin Nugroho, SE, MM)

Pembimbing Teknis



(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

Mengetahui,

Puket 1 Bidang Akademik STIE JIC

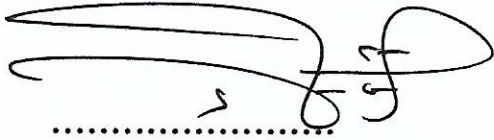
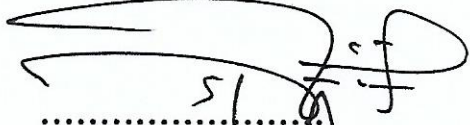
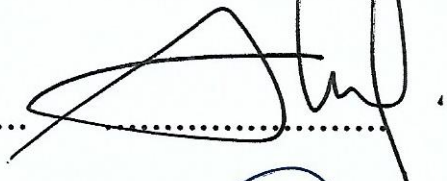
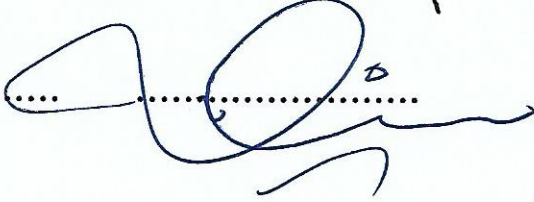


(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian skripsi diselenggarakan : 05, Agustus, 2016

TIM PENGUJI

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM	
Anggota	: 1. Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM	
	2. Arifin Nugroho, SE, MM	
	3. Zurlina Lubis, SE, MM	

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi Penjualan (*sales promotion*) terhadap keputusan pembelian PT. Sarimelati Kencana Pizza Hut Delivery (studi kasus pembelian *take away*) outlet Koja, Jakarta”.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen konsentrasi Pemasaran pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College.

Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Ir. Agus Susanto, MM, Ketua STIE JIC.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM, Puket I dan sekaligus sebagai Pembimbing Teknis skripsi ini.
3. Bapak Arifin Nugroho, SE, MM, Kajur Manajemen dan sebagai Pembimbing Materi skripsi ini.

4. Teristimewa kepada orang tua penulis, Bapak Paing Suwitono dan Ibu Hafnimei yang telah memberikan dukungan moril maupun materil serta doa yang tiada hentinya untuk kesuksesan penulis, karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling khusuk selain doa yang terucap dari orang tua.
5. Terima kasih untuk kakak-kakak terkasih, Dahlia Purnama Sari, Sugeng Riyanto dan Hafsari Widya Ningsih serta keponakan-keponakan tersayang, Chelsea dan Quin yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan doanya untuk keberhasilan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen dan seluruh Staff STIE JIC yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan penulis, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya.
7. *Outlet Manager* Pizza Hut Delivery (PHD) Bapak Mardian dan Karyawan PHD Koja yang telah memberikan data dan informasi yang dibutuhkan bagi penulis.
8. Untuk sahabat tercinta Herlina Octaviani dan Ulfi Fatani yang senantiasa selalu hadir untuk memberikan doa, semangat, nasihat dan hiburan selama penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Semester 8 Manajemen Angkatan 2012 Steven, Yuga, Ridwan, Rohmad, Riska, Jami, Anah dan Alfina yang saya sayangi dan telah membantu serta meluangkan waktu dan pikiranya, *see you on top, guys!*.

10. Kepada para sahabat yaitu Nurul Hawa, Koko Andreas, Johanes Michael, Tiara Bella A, Sharon Gracia Gabriella, Sri Hartati, Windy Dwiyanti dan Assyafa Hastiari Harun yang sudah senantiasa memberikan dukungan yang tiada hentinya.
11. Kepada adik - adik junior yaitu Iknesya Rahma Finanda, Norrika Theresia, Nurrohmah, Siti Rohmah dan Sofi Ananda yang selalu memotivasi dan membangkitkan semangat dan doa sehingga terselesaikannya skripsi ini, *thanks a lot, my UP!*.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya kepada Allah SWT - jualah senantiasa penulis berharap semoga pengorbanan dan segala sesuatunya yang dengan tulus dan ikhlas telah diberikan dan penulis dapatkan akan selalu mendapat limpahan rahmat dan berkah-Nya, Aamiin Ya Rabbalalamin.

Jakarta, Agustus 2016

Luthfiyah

ABSTRAKSI

Luthfiyah, 12121111323, *Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sarimelati Kencana Pizza Hut Delivery (PHD) (Studi Kasus Pembelian Take Away) Outlet Koja Jakarta*, 73 halaman, 12 tabel, dan 6 gambar, Jakarta, 2016.

Penelitian ini membahas hubungan promosi penjualan dengan keputusan pembelian pada PT. Sarimelati Kencana PHD (studi kasus pembelian *take away*). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi penjualan dengan keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan pada PHD Outlet Koja, Jakarta. Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan April - Juni 2016. Metode penelitian dilakukan melalui kepustakaan dengan mempelajari bahan-bahan tertulis berupa buku-buku, jurnal, artikel, dokumen, internet maupun laporan-laporan yang berkaitan dengan masalah penelitian sebagai landasan teori dan metode lapangan (*field research*) yaitu mengumpulkan informasi dan data yang aktual dari objek penelitian melalui observasi dan wawancara serta riset langsung terhadap pelanggan dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan persamaan regresi $\hat{Y} = 23,875 + 0,446x$ yang berarti jika terjadi kenaikan pada variabel *sales promotion* sebesar 1 (satu) tingkat maka variabel keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,446 kali dengan konstanta 23,875. Hasil koefisien korelasi = 0,618 yang berarti menunjukkan hubungan positif dan kuat antara sales promotion dengan keputusan pembelian pada PHD Outlet Koja, Jakarta. Koefisien determinasi = 38,2% yang berarti keputusan pembelian konsumen di PHD outlet Koja, Jakarta dipengaruhi oleh sales promotion sebesar 38,2%, sisanya 61,8% dipengaruhi oleh aspek lainnya, seperti harga, rasa, menu dan lokasi. Dari hasil uji kedua distribusi maka diperoleh t_{hitung} sebesar 8,543 dan t_{tabel} 1,98027 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara sales promotion dengan keputusan pembelian.

Daftar acuan (18 buku, 6 jurnal), Pembimbing: Arifin Nugroho; Arjuna Wiwaha.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	4
C. Perumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORITIS, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis	7
1. Pemasaran.....	7
2. Bauran Pemasaran.....	9
3. Promosi	11
4. Bauran Promosi	12
5. Perilaku Konsumen	20
6. Keputusan Pembelian	21
7. Hubungan Variabel Pada Penelitian Sebelumnya	26
B. Kerangka Berfikir	29
C. Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
B. Metode Penelitian	31
C. Definisi Operasional	32
D. Populasi dan Sample	32
E. Instrumen Penelitian.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	35
G. Teknik Analisis Data.....	36

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	42
B. Struktur Organisasi Perusahaan	46
C. Kegiatan Usaha Perusahaan.....	48
D. Gambaran Keberhasilan dan Kendala Perusahaan	49

Bab V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian	51
B. Pengolahan Data.....	57
C. Pengujian Hipotesis	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian	69

BAB VI HASIL PENELITIAN

A. Kesimpulan	72
B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA	74
----------------------	----

LAMPIRAN - LAMPIRAN	75
---------------------------	----

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Interpretasi Koefisien Korelasi	38
Tabel 2 Tabulasi Variabel X	53
Tabel 3 Tabulasi Variabel Y	55
Tabel 4 Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 5 Status Responden	58
Tabel 6 Umur Responden	58
Tabel 7 Pendidikan Terakhir Responden	58
Tabel 8 Pekerjaan Responden	59
Tabel 9 Distribusi Frekuensi	60
Tabel 10 <i>Coefficient</i>	65
Tabel 11 <i>R</i> dan <i>R Square</i>	67
Tabel 12 T Hitung	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Proses Keputusan Pembelian	23
Gambar 2 Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 3 Struktur Organisasi Perusahaan	45
Gambar 4 Logo Perusahaan	48
Gambar 5 Grafik Regresi	66
Gambar 6 Uji T.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner

Lampiran 2. Tabulasi Data *Sales Promotion*

Lampiran 3. Tabulasi Data Keputusan Pembelian

Lampiran 4. Tabel T

Lampiran 5. Surat Keterangan Riset

Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAKSI

Luthfiah, 12121111323, *Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sarimelati Kencana Pizza Hut Delivery (PHD) (Studi Kasus Pembelian Take Away) Outlet Koja Jakarta*, 73 halaman, 12 tabel, dan 6 gambar, Jakarta, 2016.

Penelitian ini membahas hubungan promosi penjualan dengan keputusan pembelian pada PT. Sarimelati Kencana PHD (studi kasus pembelian *take away*). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi penjualan dengan keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan pada PHD Outlet Koja, Jakarta. Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan April - Juni 2016. Metode penelitian dilakukan melalui kepustakaan dengan mempelajari bahan-bahan tertulis berupa buku-buku, jurnal, artikel, dokumen, internet maupun laporan-laporan yang berkaitan dengan masalah penelitian sebagai landasan teori dan metode lapangan (*field research*) yaitu mengumpulkan informasi dan data yang aktual dari objek penelitian melalui observasi dan wawancara serta riset langsung terhadap pelanggan dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan persamaan regresi $\hat{Y} = 23,875 + 0,446x$ yang berarti jika terjadi kenaikan pada variabel *sales promotion* sebesar 1 (satu) tingkat maka variabel keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,446 kali dengan konstanta 23,875. Hasil koefisien korelasi = 0,618 yang berarti menunjukkan hubungan positif dan kuat antara sales promotion dengan keputusan pembelian pada PHD Outlet Koja, Jakarta. Koefisien determinasi = 38,2% yang berarti keputusan pembelian konsumen di PHD outlet Koja, Jakarta dipengaruhi oleh sales promotion sebesar 38,2%, sisanya 61,8% dipengaruhi oleh aspek lainnya, seperti harga, rasa, menu dan lokasi. Dari hasil uji kedua distribusi maka diperoleh t_{hitung} sebesar 8,543 dan t_{tabel} 1,98027 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara sales promotion dengan keputusan pembelian.

Daftar acuan (18 buku, 6 jurnal), Pembimbing: Arifin Nugroho; Arjuna Wiwaha.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	4
C. Perumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORITIS, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis	7
1. Pemasaran.....	7
2. Bauran Pemasaran.....	9
3. Promosi	11
4. Bauran Promosi	12
5. Perilaku Konsumen	20
6. Keputusan Pembelian	21
7. Hubungan Variabel Pada Penelitian Sebelumnya	26
B. Kerangka Berfikir	29
C. Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
B. Metode Penelitian	31
C. Definisi Operasional	32
D. Populasi dan Sample	32
E. Instrumen Penelitian.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	35

G. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	42
B. Struktur Organisasi Perusahaan	46
C. Kegiatan Usaha Perusahaan.....	48
D. Gambaran Keberhasilan dan Kendala Perusahaan	49
Bab V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Hasil Penelitian	51
B. Pengolahan Data.....	57
C. Pengujian Hipotesis	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB VI HASIL PENELITIAN	
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN - LAMPIRAN	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Proses Keputusan Pembelian	23
Gambar 2 Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 3 Struktur Organisasi Perusahaan	45
Gambar 4 Logo Perusahaan	48
Gambar 5 Grafik Regresi	66
Gambar 6 Uji T.....	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Interpretasi Koefisien Korelasi	38
Tabel 2 Tabulasi Variabel X	53
Tabel 3 Tabulasi Variabel Y	55
Tabel 4 Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 5 Status Responden	58
Tabel 6 Umur Responden	58
Tabel 7 Pendidikan Terakhir Responden	58
Tabel 8 Pekerjaan Responden	59
Tabel 9 Distribusi Frekuensi	60
Tabel 10 <i>Coefficient</i>	65
Tabel 11 <i>R</i> dan <i>R Square</i>	67
Tabel 12 T Hitung	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner

Lampiran 2. Tabulasi Data *Sales Promotion*

Lampiran 3. Tabulasi Data Keputusan Pembelian

Lampiran 4. Tabel T

Lampiran 5. Surat Keterangan Riset

Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup