



**PENGARUH AKTIVITAS PROMOSI PENJUALAN
(*CRAZY TUESDAY*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PAPA RONS' PIZZA
PERIODE OKTOBER – DESEMBER 2012**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Srata 1
(S1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication and Advertising**

Disusun Oleh :

**Ranggi Rathella
44308110012**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2013



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ranggi Rathella
NIM : 44308110012
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communications and Advertising
Judul : **PENGARUH AKTIVITAS PROMOSI PENJUALAN
(CRAZY TUESDAY) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PAPA RONS' PIZZA PERIODE
OKTOBER – DESEMBER 2012**

Jakarta, Maret 2013

Menegetahui,

Pembimbing

(Dra. Yoyoh Herayah, M.si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ranggi Rathella
NIM : 44308110012
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communications and Advertising
Judul Skripsi : **PENGARUH AKTIVITAS PROMOSI PENJUALAN
(CRAZY TUESDAY) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PAPA RONS' PIZZA
PERIODE OKTOBER – DESEMBER 2012**

Jakarta, 16 Maret 2013

Disetujui dan Diterima oleh

Pembimbing

(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua/Bidang Studi

(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR KELULUSAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Ranggi Rathella
NIM : 44308110012
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communications and Advertising
Judul : **PENGARUH AKTIVITAS PROMOSI PENJUALAN
(CRAZY TUESDAY) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PAPA RONS' PIZZA PERIODE
OKTOBER – DESEMBER 2012**

Jakarta, 16 Maret 2013

Mengetahui

Ketua Sidang
Dr. Farid H.

Penguji Ahli
Morrison, MA.

Dosen Pembimbing
Dra. Yoyoh Hereyah, Msi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Aktivitas Promosi Penjualan *Crazy Tuesday* Terhadap Keputusan Pembelian Papa Ron’s Pizza Periode Oktober – Desember 2012”**. Adapun penelitian ini ditulis dan disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak – pihak yang telah membantu dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Ketua Jurusan Marketing Komunikasi dan Periklanan sekaligus sebagai pembimbing yang telah berkenan mencurahkan perhatian dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
2. Ibu Drs. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak dan Ibu staf pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang tidak ternilai harganya.
4. Papa di surga dan Mama serta adik atas segala do’a, pengorbanan, dukungan, dan kesediaan yang tidak terbatas dan tak akan tergantikan oleh apapun.
5. Bpk. Noragrato selaku General Manager Papa Ron’s Pizza, Ibu Tien Tamzil selaku Marketing Manager Papa Ron’s Pizza, serta seluruh teman – teman di PT. Eatertainment Indonesia atas kesempatan, kesediaan, bantuan dan dukungan dalam hal apapun sehingga penelitian ini dapat terealisasi.

6. Seluruh Karyawan dan Staff Outlet Papa Ron's Pizza Pondok Pinang, yang sudah membantu banyak agar penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
7. Seluruh teman – teman di *Marcomm* 13 baik yang masih aktif di kampus maupun yang aktif di *Forsot*, yang selalu memberikan *support* satu sama lainnya. *We were Band of Brothers*.
8. Teman – teman PINISI yang juga selalu memberikan *support* untuk cepat menyelesaikan skripsi ini agar bisa *kabur-kaburan* lagi, maaf Rinjaninya kelewat. *We were Band of Brothers*.
9. Lembah Cahaya, sebagai tempat yang selalu dapat memberikan inspirasi
10. Mahameru dan ceritanya di Oktober 2012.

Penulis sadar bahawa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dengan kerendahan hati, kritik dan saran yang membangun sangatlah penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, Maret 2013

Ranggi Rathella

DAFTAR ISI

BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Rumusan Masalah	9
	1.3 Tujuan Penelitian	9
	1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	10
	2.1 Komunikasi Pemasaran	10
	2.1.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	12
	2.2 Promosi	13
	2.2.1 Tujuan Promosi	14
	2.2.2 Bauran Promosi	17
	2.3 Promosi Penjualan	20
	2.3.1 Dimensi Utama Aktivitas Promosi Penjualan	21
	2.3.2 Tujuan Promosi Penjualan	23
	2.4 Prilaku Konsumen	23
	2.4.1 Keputusan Pembelian Konsumen	24
	2.5 Teori AIDA	27
	2.6 Hipotesis Teori	29
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	30
	3.1 Tipe Penelitian	30
	3.2 Hipotesis Penelitian	30
	3.3 Metode Penelitian	32
	3.4 Obyek Penelitian	32

3.5	Populasi Dan Sampel.....	33
3.5.1	Teknik Penarikan Sampel	33
3.6	Devinisi dan Operasionalisasi Konsep	34
3.7	Validitas dan Realibilitas.....	38
3.7.1	Validitas dan Realibilitas Varibel Independen.....	40
3.7.2	Validitas dan Realibilitas Varibel Dependen	42
3.8	Teknik Pengumpulan Data	43
3.9	Teknik Analisis Data	45
3.9.1	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.2	Gambaran Umum Papa Ron's Pizza	49
4.2.1	Konsep Dan Target Market	50
4.2.2	Produk	50
4.2.3	Visi Papa Ron's Pizza	52
4.2.4	Misi Papa Ron's Pizza	52
4.2.5	Program Dan Aktivitas Promosi Papa Ron's Pizza..	52
4.3	Hasil Penelitian.....	55
4.3.1	Karakteristik Responden	57
4.3.2	Pengaruh Aktivitas Promosi Crazy Tuesday	58
4.3.3	Keputusan Pembelian Konsumen	71
4.3.4	Uji Korelasi	80
4.3.5	Arah Hubungan (Korelasi)	81
4.3.6	Uji Regresi	82
4.4	Pembahasan	87

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	93
	5.1 Kesimpulan	93
	5.2 Saran	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Restoran dan Rumah Makan di Indonesia	3
Tabel 1.2 <i>Market Share</i> Restoran Cepat Saji Indonesia Tahun 2008	5
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	36
Tabel 3.2 Skala Likert	39
Tabel 3.3 Tingkat Kekuatan Realibilitas	40
Tabel 3.4 Validitas Variabel X.....	40
Tabel 3.5 Reability Statistics Variabel X	42
Tabel 3.6 Validitas Variabel Y	42
Tabel 3.7 Reability Statistics Variabel Y	43
Tabel 3.8 Kekuatan Hubungan (Korelasi) Variabel	46
Tabel 4.1 Data Responden Menurut Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Data Responden Menurut Usia.....	56
Tabel 4.3 “Apakah Anda Mengetahui Apa Itu Program Crazy Tuesday?”.....	58
Tabel 4.4 “Anda Mengetahui Apa Penawaran Program Crazy Tuesday?”.....	59
Tabel 4.5 “Anda Mengetahui Di Restoran Mana Program Crazy Tuesday Dilakukan ?”	60
Tabel 4.6 “Anda Mengetahui Waktu / Hari Program Crazy Tuesday Dilakukan?”	61
Tabel 4.7 “Anda Mengetahui Program Promosi Lainnya Yang Ada Di Papa Rons Pizza? ”	62
Tabel 4.8 “Program Crazy Tuesday Sangat Menarik Untuk Anda?”	63
Tabel 4.9 “Program Crazy Tuesday Lebih Menarik Dari Pada Program Promosi Lainnya Yang Ada Di Papa Ron’s Pizza?”	64

Tabel 4.10 “Program Crazy Tuesday Lebih Menarik Dari Pada Program Promosi Yang Dilakukan Restoran Pizza Lainnya?”	65
Tabel 4.11 “Program Crazy Tuesday Sangat Sesuai Dengan Keinginan Anda?”	66
Tabel 4.12 “Program Crazy Tuesday Sangat Sesuai Dengan Kebutuhan Anda?”	67
Tabel 4.13 “Program Crazy Tuesday Sesuai Dengan Budget Jajan Anda?”	68
Tabel 4.14 “Anda Menyukai Program Crazy Tuesday?”	69
Tabel 4.15 “Anda Menyukai Program Promosi Lainnya Yang Ada Di Papa Ron’s Pizza?”	70
Tabel 4.16 “Program Crazy Tuesday Telah Menarik Perhatian Anda?”	71
Tabel 4.17 “Anda Memiliki Keinginan Untuk Memperoleh Informasi Mengenai Program Crazy Tuesday?”	72
Tabel 4.18 “Anda Telah Melakukan Proses Pencarian Informasi Mengenai Program Crazy Tuesday?”	73
Tabel 4.19 “Anda Memiliki Ketertarikan Untuk Menggunakan Program Crazy Tuesday?”	74
Tabel 4.20 “Anda Memiliki Ketertarikan Untuk Menggunakan Program Promosi Lainnya Di Papa Ron’s Pizza?”	75
Tabel 4.21 “Anda Juga Memiliki Ketertarikan Terhadap Setiap Promosi Yang Dilakukan Oleh Restoran Pizza Lainnya?”	76
Tabel 4.22 “Anda Memiliki Motivasi Tersendiri Untuk Menggunakan Program Crazy Tuesday?”	77
Tabel 4.23 “Anda Akan Menggunakan Program Crazy Tuesday?”	78
Tabel 4.24 “Program Crazy Tuesday Sangat Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Anda Di Papa Ron’s Pizza?”	79

Tabel 4.25 <i>Correaltion</i>	80
Tabel 4.26 <i>Variable Entered/Removed</i>	82
Tabel 4.27 <i>Model Summary</i>	83
Tabel 4.28 <i>ANOVA</i>	83
Tabel 4.29 <i>Coefficients</i>	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Marker Share</i> Pizza Di Indonesia	7
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Papa Ron's Pizza	54