

**PENGARUH AKTIFITAS PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SAN MIGUEL BIR PADA EVENT
“ROCKUSTIC” DI MURPHY’S IRISH PUB & RESTAURANT,
JAKARTA**

SKRIPSI

Nama : V. Dian Indarti Wulandari
NIM : 43107120115



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013

**PENGARUH AKTIFITAS PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SAN MIGUEL BIR PADA EVENT
“ROCKUSTIC” DI MURPHY’S IRISH PUB & RESTAURANT,
JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : V. Dian Indarti Wulandari
NIM : 43107120115**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : V. Dian Indarti Wulandari

NIM : 43107120115

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 October 2011



V. Dian Indarti Wulandari

43107120115

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : V. Dian Indarti Wulandari
NIM : 43107120115
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH AKTIFITAS PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SAN MIGUEL BIR
PADA EVENT "ROCKUSTIC" DI MURPHY'S
IRISH PUB & RESTAURANT, JAKARTA.

Tanggal Lulus Ujian : 2 Mei 2013

Disahkan oleh :
Pembimbing Skripsi



(Dr. Rina Astini, SE, MM)

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1



(Dr. Wiwik Utami Ak, MS)



(Dr. Rina Astini, SE, MM.)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH AKTIFITAS PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN EMBELIAN
SAN MIGUEL BIR PADA EVENT
“ROCKUSTIC” DI MURPHY’S IRISH PUB & RESTAURANT, JAKARTA

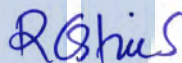
Dipersiapkan dan Disusun oleh:

V. Dian Indarti Wulandari

43107120115


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 2 Mei 2013 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



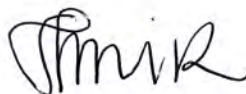
(Dr. Rina Astini, SE, MM.)

UNIVERSITAS **Anggota Dewan Penguji**

MERCU BUANA 

(Arief Bowo Prayoga, SE, MM)

Anggota Dewan Penguji



(Ir. Sahibul Munir SE, Msi)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur dipanjatkan kepada Allah Bapa yang selalu memberikan penulis kekuatan dan kesabaran dalam menghadapi segala problematika kehidupan, sehingga dengan perkenanNya diberikan pertolongan dan kemudahan dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.

Penulis menyadari keterbatasan dan kekurangan dalam menyusun skripsi ini, namun demikian penulis berusaha dengan segala kemampuan yang didapat selama masa perkuliahan dan menuangkannya kedalam skripsi ini meskipun mungkin masih ada ketidaksempurnaan dalam penyusunannya.

Dalam menyusun skripsi penulis tidak semata melakukannya sendiri, banyak pihak yang sangat membantu penulis. Perkenankanlah penulis dengan kerendahan hati menyampaikan rasa terimakasih tidak terhingga yang ditujukan kepada:

1. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Wiwik Utami.,Ak.,M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. Rina Astini, SE, MM selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen dan sekaligus dosen pembimbing yang dengan sabar membantu penulis dan berbagi ilmunya yang sangat berharga.
4. Luna Haningsih.,SE.,ME dan Tri Wahyono.,SE.,MM selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen. Terima kasih atas perhatian dan dukungannya selalu yang telah Bapak dan Ibu berikan.
5. Seluruh dosen Program Studi S-1 Manajemen yang telah memberikan ilmunya yang bermanfaat kepada penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, tetapi penulis mendapatkan dukungan yang istimewa dari para dosen.
6. Seluruh staff BAA, POP, TU, Perpustakaan dan berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah sangat banyak membantu penulis dalam menjalani masa perkuliahan.
7. Terimakasih tidak terhingga disampaikan untuk Ir. Harry Wiyanto MBA, MM yang telah mendukung penulis dari awal hingga akhir perkuliahan tanpa kenal lelah.
8. Untuk 2 (dua) orang sahabat: Susy Pasaribu yang luar biasa perhatian mendukung skripsi ini hingga selesai dan Nur Ria Agustin yang selalu bersama menjalani perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
9. Dan seluruh teman-teman semasa perkuliahan yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terimakasih atas kebersamaannya.
10. Orangtua penulis yaitu Mami dan Bapak yang senantiasa mencurahkan kasih sayang, doa dan dukungan yang tidak henti sehingga skripsi ini selesai.
11. Ke 3 (tiga) anaku tercinta: Putri, Laras dan Wulan yang selalu ditinggal untuk menjalani masa perkuliahan dan suami yang menemani anak-anak selama masa perkuliahan.
12. Semua saudara-saudara dan teman-teman yang memaklumi ketidakhadiran penulis dalam acara keluarga ataupun pertemuan selama masa perkuliahan.

13. Semua pihak yang mungkin saja belum disebut oleh penulis yang telah membantu penulis selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini tidak lupa juga diucapkan banyak terimakasih.

Akhir kata penulis sekali lagi mengucapkan syukur dan terimakasih atas segala perhatian, bantuan dan dukungan yang telah diberikan oleh semua pihak sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar. Semoga Allah membalas semua kebaikan yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis selama ini.

Jakarta, 15 Maret 2013

Penulis,

V. Dian Indarti Wulandari



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Kegunaan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Pemasaran	8
2.1.1 Pengertian dan Konsep Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran	11
2.1.3 Bauran Pemasaran	12
2.2 Produk	14
2.2.1 Pengertian Produk	14
2.2.2 Penggolongan produk	15
2.2.3 Komponen Penting dalam produk	17
2.3 Promosi	18
2.3.1 Tujuan dan Fungsi Promosi	19

	2.3.2 Periklanan	21
	2.3.3 Promosi Penjualan	24
	2.4 Perilaku Konsumen	28
	2.5 Kerangka Pemikiran	33
	2.6 Hipotesis	34
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	35
	3.1 Identifikasi dan Konsep Variabel	35
	3.2 Definisi Operasional Variabel	36
	3.3 Ruang lingkup Penelitian	37
	3.4 Lokasi Penelitian	37
	3.5 Sumber data	38
	3.6 Teknik / Metode Pengumpulan Data	38
	3.7 Metode Pengumpulan sampel	39
	3.8 Teknik Analisis Data	40
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
	4.1 Hasil Penelitian	43
	4.1.1 Profil Responden	43
	4.1.2 Hasil Uji Validitas	54
	4.1.3 Hasil Uji Reliabilitas	57
	4.2 Pembahasan	58
	4.2.1 Analisis Deskriptif Statistik	58
	4.2.2 Analisis Regresi Berganda	59
	4.2.3 Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	62
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	68
	5.1 Kesimpulan	68
	5.2 Saran	68
	DAFTAR PUSTAKA	70
	LAMPIRAN	70
	LAMPIRAN 1 Kuesioner	72
	LAMPIRAN 2 Hasil Output	74

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Aktifitas promosi San Miguel dan San Mig Light Bir.....	36
Tabel 4.1	Analisis profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	43
Tabel 4.2	Analisis profil responden berdasarkan usia.....	44
Tabel 4.3	Analisis profil responden berdasarkan pendidikan.....	45
Tabel 4.4	Analisis profil responden berdasarkan pekerjaan.....	47
Tabel 4.5	Analisis profil responden berdasarkan tingkat pendapatan.....	48
Tabel 4.6	Analisis profil responden berdasarkan tingkat pengeluaran.....	49
Tabel 4.7	Analisis profil responden berdasarkan seorang peminum.....	50
Tabel 4.8	Analisis profil responden berdasarkan mengenal produk.....	51
Tabel 4.9	Analisis profil responden berdasarkan tempat membeli.....	51
Tabel 4.10	Analisis profil responden berdasarkan kapan mengkonsumsi.....	53
Tabel 4.11	Analisis profil responden berdasarkan frekuensi minum bir.....	54
Tabel 4.12	Uji validitas variable kegiatan promosi	56
Tabel 4.13	Uji validitas variable keputusan pembelian	56
Tabel 4.14	Uji reliabilitas variable kegiatan promosi.....	57
Tabel 4.15	Uji reliabilitas variable keputusan pembelian.....	58
Tabel 4.16	Hasil analisis deskriptif statistic.....	59
Tabel 4.17	Hasil uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.18	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	63
Tabel 4.19	Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.20	Hasil Uji T.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tipe iklan dalam berbagai jenis.....	24
Gambar 2.2	Model perilaku pembeli.....	28
Gambar 2.3	Kerangka pikir penelitian.....	33
Gambar 2.4	Model penelitian.....	34
Gambar 4.1	Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	43
Gambar 4.2.	Profil responden berdasarkan usia.....	45
Gambar 4.3.	Profil responden berdasarkan pendidikan.....	46
Gambar 4.4	Profil responden berdasarkan pekerjaan.....	47
Gambar 4.5	Profil responden berdasarkan tingkat pendapatan.....	48
Gambar 4.6	Profil responden berdasarkan tingkat pengeluaran.....	49
Gambar 4.7	Profil responden berdasarkan apakah seorang peminum.....	50
Gambar 4.8	Profil responden berdasarkan tempat membeli.....	52
Gambar 4.9	Profil responden berdasarkan kapan mengkonsumsi.....	53
Gambar 4.10	Profil responden berdasarkan frekuensi minum bir.....	54
Gambar 4.11	Grafik normal P-Plot.....	60
Gambar 4.12	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 2 : Tabulasi Karakteristik Responden	74
Lampiran 3 : Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variable Advertising ..	76
Lampiran 4 : Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variable Sales Promotion	77
Lampiran 5 : Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variable Purchasing Decision	79



UNIVERSITAS
MERCU BUANA