

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Dido Saputra. 2005. *Pengaruh Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Simcard XL di Kota Padang*. Universitas Bung Hatta. Padang.
- Dharmmesta, S Bayu dan Handoko, Hani T. 2011. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Penerbit BPFE. Yogyakarta
- Gujarati, Damodar N. 2009. *Basic Econometrics*. Mc Graw Hill Higher Education. England.
- Kotler Phillip. 2007. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Penerbit Prentice Hall International. New Jersey.
- _____. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Prentice Hall International. New Jersey.
- Kotler Phillip dan Gary Amstrong. 2008. *Principles of Marketing*. 12th edition. Penerbit Penerbit Pearson Education. New York.
- Kotler Phillip dan Kevin Lane Keller. 2008. *A Framework for Marketing Management*. Penerbit Pearson Education. India.
- Santoso, Singgih. 2008. *SPSS, Mengolah Data Statistik secara Profesional*. Cetakan keempat. Penerbit PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- _____. 2009. *Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Penerbit Alex Media Komputindo. Jakarta.
- Safitri, Yuestha Dina. 2008. *Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen di Distro eat 347 Malang*. Universitas Negeri Malang. Malang. Sumber : <http://library.um.ac.id/ptk>
- Shimp, Terence A. 2008. *Periklanan Promosi Pemasaran Terpadu*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Stanton William J. 2008. *Fundamental of Marketing*. Penerbit Mc. Graw Hill Inc.

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta Cetakan kedua, Bandung.
- Sutisna dan Pawitra Teddy. 2004. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi pemasaran*. Penerbit Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran "Analisis Perilaku Konsumen"*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Ujang Sumarwan, Ahmad Fauzi, Asep Mulyana, Bagio Nugroho, Ponti Kurniawan dan Wahyu Nugroho. 2011. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Penerbit IPB Press. Bogor.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2003. *Pengantar Statistika*. Cetakan ketiga. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Morissan, 2012, *Periklanan "Komunikasi Pemasaran Terpadu"*. Penerbit Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Supranto dan Nandan Limakrisna, 2011, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Advertising

A1	Saya mengenali San Miguel Bir dari iklan di Majalah, seperti Majalah : Entertainment dan Food & Beverages
A2	Saya mengenali San Miguel Bir dari iklan di Tent Card/Table Tent di Resto, Café, Bar, Pub, Billiard, dsb.
A3	Saya mengenali San Miguel Bir dari Mailer di Supermarket
A4	Saya mengenali San Miguel Bir dari Billboard
A5	Saya mengenali San Miguel Bir dari internet yang menginformasikan Event-event yang disponsori merk tersebut
A6	Saya mengenali San Miguel Bir dari iklan di Poster yang menginformasikan Event-event yang disponsori merk tersebut
A7	Secara keseluruhan iklan San Miguel Bir menyampaikan pesan dengan jelas.
A8	Lay out, model, warna dan slogan Iklan San Miguel Bir secara keseluruhan menarik .

Sales Promotion

SP1	Saya tertarik San Miguel Bir pada saat menyaksikan event music yang disponsori oleh merek tersebut yang ditawarkan oleh SPG
SP2	Saya tertarik San Miguel Bir karena ditawarkan promosi oleh SPG di Resto, Café, Bar, Pub, Billiard, dsb.
SP3	Saya tertarik San Miguel Bir yang menawarkan promosi kepada konsumen beli 2 gratis 1 dan ditawarkan oleh Bartender atau Waiters di Resto, Café, Bar, Pub, Billiard, dsb.
SP4	Saya tertarik San Miguel Bir karena promosi scratch & win nya berhadiah sangat menarik.
SP5	Saya tertarik San Miguel Bir yang mensponsori event music yang mendatangkan musisi internasional.
SP6	Saya tertarik San Miguel Bir yang mensponsori event music khusus seperti Bali Annual Event, October Fest, Acoustic Music Tour, dll.
SP7	Saya tertarik San Miguel Bir yang menawarkan kerjasama yang menguntungkan seperti : incentive untuk pembelian ulang yang ke 2 dan 3 saja bagi outlet baru.
SP8	Saya tertarik San Miguel Bir yang menawarkan kerjasama yang menguntungkan untuk para retailernya.

Purchasing Decision

P1	Saya membeli San Miguel Bir karena ingin mengenal citra rasanya
P2	Saya membeli San Miguel Bir dari rekomendasi sahabat yang telah menikmatinya
P3	Saya membeli San Miguel Bir karena saat berkumpul bersama sahabat-sahabat, mereka adalah penikmat merek ini.
P4	Saya membeli San Miguel Bir karena lingkungan (teman, sahabat, keluarga) telah lama mengenal dan menikmatinya.
P5	Saya membeli San Miguel Bir karena ingin merasa dewasa dan percaya diri
P6	Saya membeli San Miguel Bir karena ingin sesuai dengan selera dan gaya hidup.
P7	Saya membeli San Miguel Bir karena merek ini telah dikenal di manca Negara



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Lampiran 2 Tabulasi Karakteristik Responden

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	Pengeluaran	Seorang Peminum	Mengenal Produk	Tempat Minum	Sejak Kapan	Frekuensi Minum Bir
1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	5	5
2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	5	5
3	1	1	3	7	1	1	1	1	1	6	1
4	1	1	3	1	2	2	1	1	2	4	3
5	2	1	3	7	1	1	2	1	1	4	5
6	1	2	4	3	4	3	1	1	1	6	2
7	1	1	3	1	1	1	1	1	2	5	1
8	1	1	3	1	1	1	1	1	4	5	1
9	2	2	4	2	4	4	2	1	1	5	5
10	1	1	3	7	1	1	1	1	2	6	2
11	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
12	2	1	1	7	2	1	1	1	1	4	4
13	1	1	4	2	1	2	1	1	3	2	4
14	2	1	3	7	2	1	2	1	1	5	4
15	1	2	4	3	2	3	1	1	1	1	2
16	1	1	1	4	3	1	1	1	1	5	4
17	2	1	1	7	1	2	2	1	1	4	4
18	1	1	1	7	1	1	2	1	1	4	4
19	2	2	1	6	3	3	2	1	1	6	4
20	2	1	1	1	1	1	2	1	1	6	4
21	1	1	3	7	1	1	1	1	3	6	4
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1
23	2	2	3	3	2	2	1	1	1	6	1
24	1	2	3	1	3	2	1	1	3	5	1
25	1	2	3	3	2	2	1	1	1	4	2
26	1	3	3	4	4	3	1	1	4	6	4
27	2	2	4	1	4	2	1	1	4	6	1
28	1	1	2	1	2	2	1	1	4	5	1
29	2	1	3	4	1	1	1	1	4	5	1
30	1	2	1	3	1	1	1	1	3	5	1

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	Pengeluaran	Seorang Peminum	Mengenal Produk	Tempat Minum	Sejak Kapan	Frekuensi Minum Bir
31	1	1	4	2	1	2	1	1	3	2	4
32	2	1	3	7	2	1	2	1	1	5	4
33	1	2	4	3	2	3	1	1	1	1	2
34	1	1	1	4	3	1	1	1	1	5	4
35	2	1	1	7	1	2	2	1	1	4	4
36	1	1	1	7	1	1	2	1	1	4	4
37	2	2	4	6	3	3	2	1	1	6	4
38	2	1	1	1	1	1	2	1	1	6	4
39	1	1	3	7	1	1	1	1	3	6	4
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1
41	2	1	3	7	1	1	2	1	1	4	5
42	1	2	4	3	4	3	1	1	1	6	2
43	1	1	3	1	1	1	1	1	2	5	1
44	1	1	3	1	1	1	1	1	4	5	1
45	2	2	4	2	4	4	2	1	1	5	5
46	1	1	3	7	1	1	1	1	2	6	2
47	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
48	2	1	1	7	2	1	1	1	1	4	4
49	1	1	4	2	1	2	1	1	3	2	4
50	2	1	3	7	2	1	2	1	1	5	4
51	1	2	4	3	2	3	1	1	1	1	2
52	1	1	1	4	3	1	1	1	1	5	4

Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel *Advertising*

No.	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	4	4	4	4	2	2	2	26
3	2	4	4	1	1	2	2	1	17
4	2	4	2	2	2	2	2	2	18
5	4	4	4	2	2	2	2	2	22
6	4	4	4	1	2	1	2	1	19
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	4	4	4	4	4	2	2	2	26
9	2	5	4	2	3	5	4	4	29
10	2	4	4	2	2	2	2	2	20
11	2	4	4	3	1	2	2	4	22
12	2	2	4	2	2	2	2	2	18
13	2	2	3	2	2	2	2	2	17
14	1	1	4	1	1	1	1	1	11
15	1	1	4	2	2	2	2	2	16
16	1	1	1	1	1	1	1	1	8
17	1	1	1	1	1	1	1	1	8
18	1	1	1	1	1	1	1	1	8
19	2	2	2	2	2	2	2	2	16
20	2	2	2	2	2	2	2	2	16
21	2	5	4	2	3	5	4	4	29
22	2	2	2	2	1	1	1	1	12
23	2	4	2	1	1	2	2	2	16
24	2	2	2	1	1	2	2	2	14
25	2	2	4	1	1	2	1	2	15
26	2	4	2	1	2	2	2	2	17
27	2	4	3	1	2	2	3	3	20
28	3	4	3	3	5	4	4	5	31
29	3	4	2	4	5	5	5	5	33
30	4	5	4	4	5	5	5	5	37

No.	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	Total
31	2	2	3	2	2	2	2	2	17
32	1	1	4	1	1	1	1	1	11
33	1	1	4	2	2	2	2	2	16
34	1	1	1	1	1	1	1	1	8
35	1	1	1	1	1	1	1	1	8
36	1	1	1	1	1	1	1	1	8
37	2	2	2	2	2	2	2	2	16
38	2	2	2	2	2	2	2	2	16
39	2	5	4	2	3	5	4	4	29
40	2	2	2	2	1	1	1	1	12
41	4	4	4	2	2	2	2	2	22
42	4	4	4	1	2	1	2	1	19
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	4	4	4	4	4	2	2	2	26
45	2	5	4	2	3	5	4	4	29
46	2	4	4	2	2	2	2	2	20
47	2	4	4	3	1	2	2	4	22
48	2	2	4	2	2	2	2	2	18
49	2	2	3	2	2	2	2	2	17
50	1	1	4	1	1	1	1	1	11
51	1	1	4	2	2	2	2	2	16
52	1	1	1	1	1	1	1	1	8

Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel *Sales Promotion*

No.	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	SP7	SP8	Total
1	4	4	3	4	2	2	2	2	23
2	2	2	2	2	2	2	2	2	16
3	1	1	1	1	2	2	1	2	11
4	2	2	2	2	2	2	2	2	16
5	2	2	2	2	2	2	2	2	16
6	2	2	2	2	2	2	2	2	16
7	4	4	3	4	2	2	2	2	23
8	2	2	2	2	2	2	2	2	16
9	2	2	2	2	1	1	1	2	13
10	2	2	4	3	1	1	1	1	15
11	3	2	4	3	3	3	3	2	23
12	2	2	2	2	2	2	2	2	16
13	2	2	2	2	3	3	2	2	18
14	1	1	1	1	1	1	1	1	8

No.	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	SP7	SP8	Total
15	2	2	2	2	2	2	2	2	16
16	1	1	1	1	1	2	2	2	11
17	1	1	1	1	1	1	1	1	8
18	1	1	1	1	1	1	1	1	8
19	2	2	2	2	2	2	2	2	16
20	2	2	2	2	2	2	2	2	16
21	2	2	2	2	1	1	1	2	13
22	1	1	2	2	2	2	2	2	14
23	1	1	1	2	1	1	2	2	11
24	1	1		1	1	1	1	1	7
25	1	1	1	1	2	1	2	2	11
26	3	5	2	2	2	2	2	2	20
27	3	5	2	1	1	1	2	2	17
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	2	2	2	2	3	3	2	2	18
32	1	1	1	1	1	1	1	1	8
33	2	2	2	2	2	2	2	2	16
34	1	1	1	1	1	2	2	2	11
35	1	1	1	1	1	1	1	1	8
36	1	1	1	1	1	1	1	1	8
37	2	2	2	2	2	2	2	2	16
38	2	2	2	2	2	2	2	2	16
39	2	2	2	2	1	1	1	2	13
40	1	1	2	2	2	2	2	2	14
41	2	2	2	2	2	2	2	2	16
42	2	2	2	2	2	2	2	2	16
43	4	4	3	4	2	2	2	2	23
44	2	2	2	2	2	2	2	2	16
45	2	2	2	2	1	1	1	2	13
46	2	2	4	3	1	1	1	1	15
47	3	2	4	3	3	3	3	2	23
48	2	2	2	2	2	2	2	2	16
49	2	2	2	2	3	3	2	2	18
50	1	1	1	1	1	1	1	1	8
51	2	2	2	2	2	2	2	2	16
52	1	1	1	1	1	2	2	2	11

Lampiran 5 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel *Purchasing Decision*

No.	PD1	PD2	PD3	PD4	PD5	PD6	PD7	Total
1	4	4	4	4	4	3	3	26
2	3	3	3	4	3	3	3	22
3	3	3	2	2	2	2	2	16
4	4	4	3	3	2	1	4	21
5	2	2	2	2	2	2	2	14
6	2	2	2	2	2	2	2	14
7	4	4	4	4	4	3	3	26
8	3	3	3	4	3	3	3	22
9	4	4	3	2	2	4	3	22
10	4	4	3	3	1	1	1	17
11	4	4	3	3	2	2	2	20
12	3	4	3	3	1	1	1	16
13	4	4	4	4	4	3	3	26
14	3	1	1	1	1	1	1	9
15	2	2	2	2	2	2	1	13
16	2	2	2	2	2	2	2	14
17	1	1	1	1	1	1	1	7
18	2	2	2	2	2	2	2	14
19	2	2	2	2	2	2	2	14
20	2	2	2	2	2	2	2	14
21	4	4	3	2	2	4	3	22
22	2	2	2	2	2	2	2	14
23	2	2	2	1	1	2	2	12
24	1	1	1	1	1	1	1	7
25	1	1	1	1	1	1	1	7
26	4	4	2	2	2	4	3	21
27	5	2	1	2	2	4	3	19
28	5	4	5	5	3	5	5	32
29	5	5	5	5	5	5	5	35
30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	1	1	1	1	1	1	1	7
32	3	1	1	1	1	1	1	9
33	2	2	2	2	2	2	1	13
34	2	2	2	2	2	2	2	14
35	1	1	1	1	1	1	1	7
36	2	2	2	2	2	2	2	14

No.	PD1	PD2	PD3	PD4	PD5	PD6	PD7	Total
37	2	2	2	2	2	2	2	14
38	2	2	2	2	2	2	2	14
39	4	4	3	2	2	4	3	22
40	2	2	2	2	2	2	2	14
41	2	2	2	2	2	2	2	14
42	2	2	2	2	2	2	2	14
43	4	4	4	4	4	3	3	26
44	3	3	3	4	3	3	3	22
45	4	4	3	2	2	4	3	22
46	4	4	3	3	1	1	1	17
47	4	4	3	3	2	2	2	20
48	3	4	3	3	1	1	1	16
49	2	2	2	2	2	2	1	13
50	3	1	1	1	1	1	1	9
51	2	2	2	2	2	2	1	13
52	2	2	2	2	2	2	2	14



UNIVERSITAS
MERCU BUANA