



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN BURGER KING
“KING DEALS PAKET RP 25.000 PER MEAL”
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

(Survey Mahasiswa Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Aktif
Kelas Reguler II Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Tahun
2014-2016)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

TRITAMI SAPTANIA

44314110018

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PROMOSI PENJUALAN
BURGER KING “KING DEALS PAKET RP
25.000 PER MEAL” TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN Survey Mahasiswa Mercu
Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Aktif Kelas
Reguler II Jurusan Periklanan dan
Komunikasi Pemasaran Tahun 2014-2016)**

Nama : Tritami Saptania

NIM : 44314110018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 10 Januari 2017

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PROMOSI PENJUALAN
BURGER KING “KING DEALS PAKET RP
25.000 PER MEAL” TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN (Survey Mahasiswa
Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi
Aktif Kelas Reguler II Jurusan Periklanan
dan Komunikasi Pemasaran Tahun 2014-
2016)**

Nama : Tritami Saptania

NIM : 44314110018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Januari 2017

Ketua Sidang,
Riswandi.,M.Si

(.....)

Penguji Ahli,
Morissan, MA

(.....)

Pembimbing
Tri Diah Cahyowati, M.Si

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PROMOSI PENJUALAN BURGER KING “KING DEALS PAKET RP 25.000 PER MEAL” TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN Survey Mahasiswa Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Aktif Kelas Reguler II Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Tahun 2014-2016)**

Nama : Tritami Saptania

NIM : 44314110018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 24 Januari 2017

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing


(Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Ketua Bidang Studi
Periklanan dan Komunikasi Pemasaran


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn.,Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul, “***Pengaruh IKLAN BURGER KING “King Deals Paket Rp 25.000 Per Meal” Terhadap Minat Beli Konsumen***” (Survey Mahasiswa Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Aktif Kelas Reguler II Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Tahun 2014-2016) sesuai dengan harapan.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana S-1, jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercu Buana, Jakarta. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Tri Diah Cahyowati M.Si, selaku Pembimbing Skripsi yang selalu membimbing peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik
2. Dr. Farid Hamid M,Si, selaku Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
3. Dr. Agustina Zubair.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Ponco Budi Sulistyio, M.Comn.,Ph.D selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu kepada peneliti
6. Ibu Emilinda Badjuri selaku orang tua yang amat sangat peneliti sayangi dan telah memberikan cinta, kasih sayang, support dan doa yang tidak ada henti-hentinya selama ini
7. Herlina Minasari dan Eko Resatya selaku kakak yang peneliti sayangi atas support dan doanya
8. Effendi Rachman Saputro yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang, tempat curhat, tempat meluapkan semua emosi, selalu memberikan semangat ketika penulis merasa putus asa, mengantar dan menjemput ke kampus serta membantu dalam menyelesaikan tugas-tugas kuliah mulai dari awal masuk Universitas Mercu Buana sampai sekarang akhirnya peneliti dapat menyelesaikan kuliah dengan baik
9. Bapak Eric Febianto Endro, Mba Bella Pratiwi, Bapak Budi Haryanto dan teman-teman PT. Primatama Bina Persada selaku atasan dan rekan kerja di tempat kerja penulis yang telah memberikan ilmu, bantuan serta telah sabar dalam memberikan kesempatan serta waktu yang longgar kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini
10. Teman-teman di group Whatsapp “2016 lulus” Rizka, Ira, Syaysi, Teh Yusti, Ida, Aul, Rima, Bagus, Edho, Aldi, Kholis, Adit, Johan, Rifki, Riki dari semester

awal hingga akhir yang telah memberikan support dan canda tawa yang membuat kehidupan di kampus menjadi seru dan tidak membosankan

11. Teman-teman Periklanan dan Komunikasi Pemasaran angkatan 2014 sampai 2016 yang telah ikut andil dalam pembuatan skripsi ini

12. Serta seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan dalam skripsi ini, oleh sebab itu segala saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna menyempurnakan penelitian ini agar menjadi lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan menjadi sumbangan pemikiran kepada pembaca khususnya para mahasiswa Universitas Mercu Buana. Akhir kata, penulis mengucapkan semoga Tuhan memberikan rahmat-Nya atas segala amal kebajikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Jakarta, 17 Januari 2017

Tritami Saptania

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
ABSTRAK.....	vii
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoretis / Akademis.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	13
2.3 Proses Komunikasi Dalam Periklanan	14
2.4 Promosi	16
2.4.1 Tujuan Promosi	18
2.5 Promosi Penjualan (Sales Promotion).....	20
2.5.1 Tujuan Promosi Penjualan	22
2.5.2 Dimensi Utama atau alat – alat dalam aktivitas Promosi Penjualan	23
2.6 Minat Beli	25
2.7 Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Terhadap Minat Beli	27
2.8 Kerangka Teori	27
2.8.1 Teori S-O-R	27
2.8.2 Teori AIDA	29
2.9 Hipotesa Teoritis.....	30

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian	31
3.2	Metode Penelitian	31
3.3	Populasi dan Sampel	33
3.3.1	Populasi	33
3.3.2	Sampel	34
3.4	Pembatasan Penelitian	36
3.5	Definisi Konsep dan Operasional Konsep	36
3.5.1	Definisi Konsep	36
3.5.2	Operasional Konsep	38
3.6	Validitas dan Reliabilitas	40
3.6.1	Validitas	40
3.6.2	Reliabilitas	42
2.4	Teknik Pengumpulan Data	43
2.4.1	Data Primer	44
2.4.2	Data Sekunder	44
2.5	Teknik Analisis Data	45
2.5.1	Skala Likert	45
2.5.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	46

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	49
4.1.2	Sejarah dan Profil Perusahaan	53
4.2	Hasil Penelitian	55
4.2.1	Analisis Uji Validitas	55
4.2.2	Analisis Uji Reliabilitas	57
4.3	Analisis Frekuensi	58
4.3.1	Analisis Frekuensi Responden	58
4.3.2	Analisis Frekuensi Variabel X (Iklan Burger King)	59
4.3.3	Analisis Frekuensi Variabel Y (Minat Beli Konsumen)	61
4.4	Analisis Regresi Linear	63
4.5	Pembahasan	67

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	71
1.1	Saran	72
5.2.1	Saran Akademis	72
5.2.1	Saran Praktis	72
	DAFTAR PUSTAKA	74

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Top 10 Fast Food Brands in the World 2016.....	4
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1.	Populasi Angkatan 2014 sampai 2016.....	34
Tabel 3.2.	Operasional Konsep.....	38
Tabel 3.3.	Skala Pengukuran.....	46
Tabel 4.1.	Iklan Burger King “King Deals Paket Rp 25.000 per meal”.....	50
Tabel 4.2.	Validitas Variabel X (Iklan Burger King).....	56
Tabel 4.3.	Validitas Variabel Y (Minat Beli).....	56
Tabel 4.4.	Reliabilitas Variabel X (Iklan Burger King).....	57
Tabel 4.5.	Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli).....	57
Tabel 4.6.	Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.7.	Usia Responden.....	58
Tabel 4.8.	Angkatan.....	59
Tabel 4.9.	Pengetahuan Tentang Adanya Promosi.....	59
Tabel 4.10.	Pengetahuan Tentang Promosi.....	60
Tabel 4.11.	Attantion.....	61
Tabel 4.12.	Interest.....	61
Tabel 4.13.	Desire.....	62
Tabel 4.14.	VariablesEntered/Removed.....	63
Tabel 4.15.	Model Summary.....	63
Tabel 4.16.	Tabel Koefisiensi Korelasi r.....	64
Tabel 4.17.	ANOVA.....	64
Tabel 4.18.	Coefficients.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Promotion Mix (Bauran Promosi)	17
Gambar 2.2.	Model Komunikasi SOR	28
Gambar 2.3.	Teori AIDA.....	29
Gambar 4.1.	Promo Paket King Deals Rp 25.000 per meal.....	49

