



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran  
Tritami Saptania  
44314110018

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).

Jumlah Halaman : 72 halaman + lampiran + Daftar Riwayat Hidup  
Bibliografi : 36 acuan, Tahun 1994-2013

### ABSTRAK

Sehubungan dengan peran promosi penjualan Burger King dalam menarik minat konsumen terhadap sebuah produk, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh promosi penjualan Burger King “King Deals Paket Rp 25.000 Per Meal” terhadap minat beli konsumen.

Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Aktif Kelas Reguler II Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Tahun 2014 sampai 2016. Jumlah populasi sebesar 203 mahasiswa dan dengan rumus slovin didapatkan jumlah sample sebanyak 67 responden.

Pada konsep promosi penjualan Burger King terdapat dimensi yaitu paket harga dengan indikator: (1) pengetahuan konsumen mengenai adanya promosi penjualan dan (2) pengetahuan konsumen mengenai bentuk promosi penjualan. Konsep minat beli menurut David A. Aaker ada 3 dimensi, yaitu : (1) Attention, (2) Interest, (3) Desire.

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif eksplanatif. Pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan metode survei Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Kriteria penentuan responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Aktif Kelas Reguler II Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Tahun 2014 sampai 2016 yang pernah melihat iklan Burger King “King Deals Paket 25.000 Per Meal”

Hasil analisa regresi linier sederhana menunjukkan adanya hubungan yang kuat yaitu 51,8% minat beli “King Deals Paket Rp 25.000 Per Meal” dipengaruhi oleh variabel promosi penjualan Burger King. Hasil penghitungan akhir peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang nyata (signifikan) antara promosi penjualan Burger King “King Deals Paket 25.000 Per Meal” terhadap minat beli konsumen.