Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Rifky Firmansyah
44314110044

Pengaruh Promosi Penjualan MCDonalds "Gratis 2pcs ayam untuk pemesanan melalui aplikasi" Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pegawai BPJS Kesehatan Kantor Pusat).

Jumlah Halaman : 80 halaman + lampiran + Daftar Riwayat Hidup
Bibliografi : 36 acuan, Tahun 1994-2013

ABSTRAK

Sehubungan dengan peran promosi penjualan MCDonalds dalam menarik minat konsumen terhadap sebuah produk, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh promosi penjualan MCDonalds "Gratis 2pcs ayam untuk pemesanan melalui aplikasi" terhadap minat beli konsumen.

Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah pegawai BPJS Kesehatan Kantor Pusat. Jumlah populasi sebesar 203 pegawai dan dengan rumus slovin didapatkan jumlah sample sebanyak 67 responden.

Pada konsep promosi penjualan MCDonalds terdapat dimensi yaitu promosi dagang/bonus produk dengan indikator: (1) pengetahuan konsumen dan (2) ketertarikan konsumen. Konsep minat beli menurut Aaker ada 4 dimensi, yaitu : (1) Attention, (2) Interest, (3) Desire, (4) Action

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 pegawai BPJS Kesehatan Kantor Pusat yang pernah melihat promosi penjualan MCDonalds "Gratis 2pcs ayam untuk pemesanan melalui aplikasi"

Hasil analisa regresi linier sederhana menunjukkan adanya hubungan yang kuat yaitu 69% minat beli "Gratis 2pcs ayam untuk pemesanan melalui aplikasi" dipengaruhi oleh variabel sales promotion MCDonalds. Hasil penghitungan akhir peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang nyata (signifikan) antara promosi penjualan "Gratis 2pcs ayam untuk pemesanan melalui aplikasi" terhadap minat beli konsumen.

https://lib.mercubuana.ac.id/