



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN (*BUY ONE GET ONE*)  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO  
OLAHRAGA SPORTSTATION MALL CENTRAL PARK**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1  
( S-1 ) Komunikasi bidang Advertising & Marketing Communications**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Disusun oleh :**

**BUDI WAHYU SANTOSO**

**44311010001**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PROMOSI PENJUALAN (*BUY ONE GET ONE*)  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO  
OLAHRAGA SPORT STATION MALL CENTRAL PARK**

Nama : Budi Wahyu Santoso

Nim : 44311010001

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Mengetahui,  
Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

**Judul** : PENGARUH PROMOSI PENJUALAN (BUY ONE GET ONE)  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO  
OLAHRAGA SPORTS STATION MALL CENTRAL PARK

**Nama** : BUDI WAHYU SANTOSO

**NIM** : 44311010001

**Fakultas** : ILMU KOMUNIKASI

**Bidang Studi** : MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

Jakarta 08 Juli 2015

Ketua Sidang,

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

(.....)

Penguji Ahli

Dr. Yoyoh Hereyah

(.....)

Pembimbing 1

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

**Judul** : PENGARUH PROMOSI PENJUALAN (BUY ONE GET ONE)  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO  
OLAHRAGA SPORTS STATION MALL CENTRAL PARK

**Nama** : BUDI WAHYU SANTOSO

**NIM** : 44311010001

**Fakultas** : ILMU KOMUNIKASI

**Bidang Studi** : MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

UNIVERSITAS  
Jakarta 08 Juli 2015  
MERCU BUANA

Disetujui dan diterima oleh,  
Pembimbing



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si.)

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Budi Wahyu Santoso  
NIM : 44311010001  
Program Studi : Marketing Communication and Advertising

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Juli 2015



**Budi Wahyu Santoso**  
44311010001

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat atas rahmat-nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Laporan proposal skripsi ini disusun dengan judul “ **Pengaruh Promosi Penjualan ( *Buy One Get One* ) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Olahraga Mall Central Park** ”.

Penyusunan skripsi ini tidak luput dari bantuan dan motivasi serta partisipasi dari semua pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si Selaku Dosen Pembimbing, terimakasih atas bimbingan dan sarannya selama penulis merancang dan mengerjakan proposal tugas akhir ini.
2. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd, M.Si selaku ketua Jurusan Marketing Communication & Advertising.
3. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Farida Ghazali, yang telah memberikan masukan kepada peneliti dalam output data SPSS.
5. Seluruh Dosen Pengajar Advertising And Marketing Communication, terimakasih atas ilmu yang bapak/ibu berikan kepada penulis mulai dari semester pertama hingga semester akhir.
6. Kepada orangtua, saudara, dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi baik moril maupun materil untuk penulis dalam penyusunan proposal tugas akhir ini.

7. Kepada Bpk Afrianto Syahroni selaku Store Supervisor toko olahraga Sportstation mall Central Park dan seluruh pihak operasional toko olahraga Sportstation mall Central Park, terimakasih atas bantuan dalam pemberian data-datanya untuk penulis.
8. Kepada orang terkasih yang selalu menyemangati dan memberikan dukungan disetiap kesempatan, Sulfiyana AMKep.
9. Para Staff Tata Usaha Advertising And Marketing Communication yang selalu membantu penulis dalam pembuatan surat-surat yang penulis perlukan selama masih menjadi mahasiswa.
10. Kepada teman - teman Advertising And Marketing Communication angkatan 2011. Radit, Harvey, Daniel, Benry, Onoy, Rendy Ote terimakasih atas kerjasamanya selama ini, semoga kesuksesan akan terus bersama kita.
11. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal tugas akhir ini.

Akhir kata, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak-pihak yang tidak disebutkan satu persatu dalam membantu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Semoga skripsi ini bisa berguna bagi siapa saja yang membacanya dikemudian hari.

Jakarta, Juni 2015

Budi wahyu santos

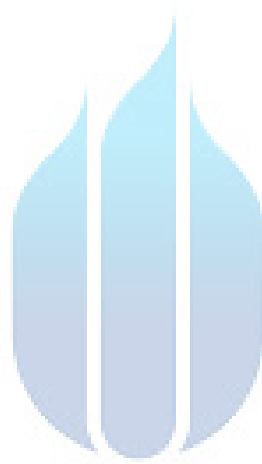
## DAFTAR ISI

ABSTRAKSI .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar belakang masalah .....	1
1.2 Perumusan masalah .....	7
1.3 Tujuan penelitian .....	8
1.4 Manfaat penelitian .....	8
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Komunikasi pemasaran sebagai elemen pemasaran .....	9
2.1.1 Tujuan komunikasi pemasaran .....	12
2.2 Promosi .....	13
2.2.1 Tujuan promosi .....	15
2.2.2 Bauran promosi .....	18
2.3 Promosi penjualan .....	20
2.3.1 Dimensi utama atau alat dalam aktivitas promosi penjualan .....	21
2.3.2 Tujuan promosi penjualan .....	23
2.3.3 Media promosi penjualan .....	24
2.4 Keputusan pembelian .....	26
2.5 Model Teori AIDA .....	26
2.6 Hipotesis .....	29
<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN</b>	



3.1	Tipe penelitian .....	30
3.2	Metode penelitian .....	30
3.3	Populasi dan sampel .....	32
3.3.1	Populasi .....	32
3.3.2	Sampel .....	34
3.3.3	Teknik penarikan sampel .....	35
3.4	Pembatasan penelitian .....	36
3.5	Definisi konsep dan Operasionalisasi konsep .....	37
3.5.1	Definisi konsep .....	37
3.5.2	Operasionalisasi konsep .....	40
3.6	Validitas dan Realibilitas .....	41
3.6.1	Validitas .....	41
3.6.2	Realibilitas .....	43
3.7	Teknik pengumpulan data .....	44
3.8	Teknik analisa data .....	46
3.8	Hipotesa Penelitian .....	48
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran umum objek penelitian .....	51
4.2	Hasil penelitian .....	54
4.2.1	Analisis Uji Validitas dan Realiabilitas .....	54
4.2.2	Deskripsi Data Responden .....	58
4.2.3	Promosi Penjualan berupa <i>buy one get one</i> .....	60
4.2.4	Keputusan pembelian konsumen .....	71
4.2.5	Analisis Uji Korelasi .....	80
4.2.6	Analisis Uji Regresi Linear Sederhana .....	81

4.3	Pembahasan	.....	84
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN			
5.1	Kesimpulan	.....	88
5.2	Saran	.....	90



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Konsep .....	41
Tabel 3.2	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan .....	48
Tabel 4.1	Uji Validitas Variable X .....	56
Tabel 4.2	Uji Validitas Variable Y .....	57
Tabel 4.3	Uji Realibilitas Variable X .....	58
Tabel 4.4	Uji Realibilitas Variable Y .....	58
Tabel 4.5	Demografis responden berdasarkan usia .....	59
Tabel 4.6	Demografis responden berdasarkan jenis kelamin .....	60
Tabel 4.7	Analisis frekuensi pertanyaan 1 .....	61
Tabel 4.8	Analisis frekuensi pertanyaan 2 .....	62
Tabel 4.9	Analisis frekuensi pertanyaan 3 .....	63
Tabel 4.10	Analisis frekuensi pertanyaan 4 .....	64
Tabel 4.11	Analisis frekuensi pertanyaan 5 .....	65
Tabel 4.12	Analisis frekuensi pertanyaan 6 .....	66
Tabel 4.13	Analisis frekuensi pertanyaan 7 .....	67
Tabel 4.14	Analisis frekuensi pertanyaan 8 .....	68
Tabel 4.15	Analisis frekuensi pertanyaan 9 .....	69
Tabel 4.16	Analisis frekuensi pertanyaan 10 .....	70
Tabel 4.17	Analisis frekuensi pertanyaan 11 .....	71
Tabel 4.18	Analisis frekuensi pertanyaan 12 .....	72
Tabel 4.19	Analisis frekuensi pertanyaan 13 .....	73
Tabel 4.20	Analisis frekuensi pertanyaan 14 .....	74
Tabel 4.21	Analisis frekuensi pertanyaan 15 .....	75

Tabel 4.22	Analisis frekuensi pertanyaan 16	.....	76
Tabel 4.23	Analisis frekuensi pertanyaan 17	.....	77
Tabel 4.24	Analisis frekuensi pertanyaan 18	.....	78
Tabel 4.25	Analisis frekuensi pertanyaan 19	.....	79
Tabel 4.26	Analisis frekuensi pertanyaan 20	.....	80
Tabel 4.27	Hasil Uji Korelasi	.....	81
Tabel 4.28	Variables Entered/Removed	.....	82
Tabel 4.29	R Square	.....	83
Tabel 4.30	Uji ANOVA	.....	83
Tabel 4.31	Persamaan regresi linear sederhana	.....	84



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**