

ANALISIS PENGARUH IKLAN MELALUI MEDIA TELEVISI DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PIZZA HUT DI JAKARTA

Oleh :

Nama : Sandra Susanti

NIM : 25100333

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen
Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

d/h Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBII)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Maret 2014



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH IKLAN MELALUI MEDIA TELEVISI DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PIZZA HUT DI JAKARTA**

Diajukan oleh

Nama : Sandra Susanti

NIM : 25100333

Jakarta, 18 Maret 2014

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing

(Brastoro, S.E., M.M.)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2014**

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Sandra Susanti / 25100333 / 2014 / Analisis Pengaruh Iklan melalui Media Televisi dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Konsumen Pizza Hut di Jakarta/ Manajemen Pemasaran / Pembimbing : Brastoro, S.E., M.M.

Saat ini bisnis restoran cepat saji yang menyediakan pizza sudah memasuki era persaingan. Pizza Hut merupakan salah satu restoran cepat saji yang menyediakan pizza yang menjadi pilihan konsumen. Dengan adanya persaingan ketat di antara pesaing, perusahaan dituntut untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dengan menerapkan bauran promosi. Bauran promosi yang umum digunakan adalah beriklan melalui media televisi dan melakukan penjualan. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh iklan melalui media televisi dan promosi penjualan terhadap minat beli konsumen Pizza Hut di Jakarta.

Menurut Kottler & Keller, periklanan dapat digunakan untuk membangun *image* jangka panjang untuk produk atau memicu pembelian secara lebih cepat. Sedangkan Vecchi, Honar dan Freling mengemukakan beberapa tipe promosi penjualan, yaitu *announced price cut, coupon, premium offer, dan unannounced price reduction unspecified*. Kottler juga menjabarkan keputusan pembelian memunculkan dua faktor penting yaitu *attitudes of others* dan *unanticipated situational factors*.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah komunikasi dengan media kuesioner dan teknik sampling yang digunakan adalah *judgement sampling*.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa iklan melalui media televisi dan promosi penjualan memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen.

Penulis menyarankan agar Pizza Hut meningkatkan periklanan ataupun promosi penjualan mengenai produk terbaru yang diluncurkan. Serta untuk masa mendatang diharapkan bila ingin meluncurkan suatu produk baru, pengadaannya merata sehingga dapat ditemukan di semua gerai.



ABSTRACT

Sandra Susanti / 25100333 / 2014 / Analysis of The Impact on Pizza Hut Advertisement Through Television and Applying Sales Promotion to The Purchase Intention of Pizza Hut Consumer in Jakarta / Marketing Management / Advisor : Brastoro, S.E., M.M.

On present days, fast food restaurants businesses which is serving pizza have entered competitive era. Pizza Hut is one of fast food restaurants that provides pizza and has been chosen by the consumer. With the tight competition between competitor, the company being needed to improve competitive superior by applying promotion mix. The common use of promotion mix by advertising through television and applying sales promotion. Those things that make the writer interested to do the research about the impact of advertising through television and sales promotion to the purchase intention of Pizza Hut consumer in Jakarta.

Based on Kotler & Keller, advertisement can be used to build up a long-term image for a product or trigger quick sales. Whereas Vecchi, Henard and Freling suggested some types of sales promotion, those are announced price cut, coupon, premium offer, and unannounced price reduction. Kotler also verified that purchase decision being up to important factor which are attitudes of others and unanticipated situational factors.

The method of this research is using survey approach on descriptive research. The technique that have been used to collect the data is by communication to the questionnaire media and the technique for sampling is judgement sampling.

The result of this data analysis shows that advertisement through television and sales promotion have an influence to consumers' purchase intention.

The writer suggests that Pizza Hut to improve the advertising and sales promotion about the newest product that just been announced. Also for the future, it is expected if there are any news products can be found in all stand.



KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahman-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan maupun dorongan secara moril maupun materiil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Brastoro, S.E., M.M. selaku pembimbing yang telah banyak memberikan waktunya serta bantuan, pendapat, dan bimbingan selama proses pembuatan skripsi ini.
2. Para Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang berguna dan berharga selama penulis mengikuti perkuliahan.
3. Orang tua dan seluruh anggota keluarga yang telah memberikan bantuan baik materi maupun semangat kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
4. Kepada teman-teman kuliah di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu dalam pembuatan skripsi.
5. Seluruh staf perpustakaan yang telah memberikan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini dilakukan.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang baik secara langsung maupun tidak langsung membantu penulis dalam penyusunan skripsi.





Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh

sebab itu, penulis sangat terbuka menerima segala kritik dan saran yang membangun dari para pembaca.

Akhir kata, penulis sangat berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, Februari 2014

Sandra Susanti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

Halaman

© Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Asbtra	iii
Abstrak	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Label	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Batasan Penelitian	5
E. Rumusan Masalah	5
F. Tujuan Penelitian	5
G. Manfaat Penelitian	6



BAB II KAJIAN PUSTAKA 7

© A. Landasan Teoritis 7

1. Pemasaran..... 7

2. Bauran Pemasaran 7

3. Bauran Promosi 9

4. Periklanan..... 11

5. Media..... 15

6. Promosi Penjualan 19

7. Perilaku Konsumen 20

B. Penelitian Terdahulu 27

C. Kerangka Pemikiran 28

D. Hipotesis 28

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 29

A. Obyek Penelitian 29

B. Disain Penelitian 29

C. Variabel Penelitian..... 31

D. Hipotesis 33

E. Teknik Pengambilan Sampel 35

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Teknik Analisis Data.....	36
1. Analisis Prosentase.....	36
2. Uji Validitas	36
3. Uji Reliabilitas.....	38
4. Uji Regresi Linier Berganda	39
5. Uji Asumsi Klasik.....	41
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambar Umum mengenai Restoran Pizza Hut di Indonesia.....	44
1. Sejarah dan Profil Singkat Perusahaan.....	44
2. Logo Perusahaan	44
3. Nilai-nilai Organisasi	45
4. Mengenai Sarapan Pagi.....	46
B. Analisis dan Pembahasan	50
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	50
a. Uji Validitas.....	50
b. Uji Reliabilitas.....	52

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Analisis Data Kuesioner	53
a. Analisis Profil Responden	53
b. Analisis Deskriptif	56
3. Uji Asumsi Klasik	60
a. Uji Normalitas	60
b. Uji Multikolinearitas	62
c. Uji Heteroskedastisitas	62
d. Uji Autokorelasi	63
4. Uji Regresi Linier Berganda	64
a. Uji F	65
b. Uji t	65
c. Koefisien Determinasi	66
C. Hasil Penelitian	67
BAB SIMPULAN DAN SARAN	68
A. Simpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	74

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1	Perkembangan Usaha Restoran	2
Tabel 2	Top Brand Index Restoran Pizza 2011-2013.....	3
Tabel 1	Tipe Media Utama	15
Tabel 1	Variabel dan Indikator Penelitian	31
Tabel 2	Skala Linier Numerik untuk Menginterpretasi Tingkat Kepentingan.....	35
Tabel 3	Pengambilan keputusan Uji Autokorelasi	43
Tabel 1	Daftar Menu Sarapan Pagi Pizza Hut.....	46
Tabel 2	Daftar Restoran Pizza Hut Sarapan Pagi	49
Tabel 3	Hasil Pengujian Validitas Variabel Periklanan	50
Tabel 4	Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi Penjualan	52
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Beli	52
Tabel 5.6	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Periklanan	53
Tabel 5.7	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan	53
Tabel 5.8	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Minat Beli	54
Tabel 9	Jenis Kelamin Responden.....	54
Tabel 10	Usia Responden	55
Tabel 11	Daerah Domisili Responden.....	56
Tabel 12	Pengeluaran konsumsi (makanan dan minuman) per bulan responden.....	56
Tabel 13	Distribusi Frekuensi Variabel Periklanan.....	57

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Variabel Promosi Penjualan.....	58
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli	59
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Keseluruhan	60
Tabel 4.17	Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.19	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4.20	Hasil Uji Autokorelasi.....	64
Tabel 4.21	Hasil Uji Regresi Berganda	65
Tabel 4.22	Hasil Uji Keberartian Model (Uji F)	66
Tabel 4.23	Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji t).....	67
Tabel 4.24	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	67


© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>2.1 Komponen empat P dalam Pemasaran 9</p> <p>2.2 Tahap-tahap Proses Pembelian 23</p> <p>2.3 Model Teoritikal 28</p> <p>4.1 Logo Lama Pizza Hut 44</p> <p>4.2 Logo Pizza Hut 45</p> <p>4.3 Logo Pizza Hut Juni 2008 45</p>	

 **Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pra Kuesioner.....	74
Lampiran 2 Data Pra Kuesioner	76
Lampiran 3 Kuesioner	77
Lampiran 4 Data Kuesioner.....	80
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas.....	85
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	88
Lampiran 7 Hasil Analisis Profil Responden	90
Lampiran 8 Hasil Analisis Deskriptif	92
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas	95
Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas	95
Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	96
Lampiran 12 Hasil Uji Autokorelasi	96
Lampiran 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	96
Lampiran 14 Hasil Uji F.....	97
Lampiran 15 Hasil Uji t.....	97
Lampiran 16 Hasil Koefisien Determinasi	97
Lampiran 17 Menu Khusus Sarapan Pagi	98
Kartu Simbingan Skripsi.....	100
Surat Pernyataan Originalitas	101



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.