

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT. yang atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh *Sales Promotion* Produk Snack Attack Terhadap Keputusan Pembelian Di KFC Riau Cabang Bandung”. Penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini ditujukan untuk menyelesaikan pendidikan di D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom.

Laporan Tugas Akhir ini tentunya masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan yang dilakukan dengan sengaja maupun tidak disengaja, oleh karena itu penulis ingin meminta maaf.

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Jhon L. Adios dan Asridayanti yang telah membesarkan penulis dan selalu memberikan nasihat, dukungan, dan semangat agar dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dan menjadi orang yang berguna untuk semua.
2. Frans Y. Adios, SH (kakak) penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
3. Bapak Ganjar Mohamad Disastra, MM selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran.
4. Ibu Bethani Suryawardhani, SE, MM selaku pembimbing yang telah berkenan memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang berarti bagi penulis.
5. Seluruh dosen D3 Manajemen Pemasaran terutama Bapak Sampurno Wibowo, SE, MSi dan Bapak Agus Maolana yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berguna bagi penulis.
6. Seluruh teman-teman SMB Telkom (Marketing) Ibu Rinna Fridiana (Manager Marketing), Ibu Rany Apsari, Ibu Sri Widianingsih, Mbak Kiki, Mbak Uni, Teh Diah, Kak Endah, Kak Lita, Kak Faza, Bapak Hendri Gustaman, Bapak Hida Airlangga, Bapak Reza, Bapak Rully, Bang Endrian dan Bang Alendi yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman D3 Manajemen Pemasaran B 2011 yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

8. Ast.Manager KFC Riau Cabang Bandung Taton Henrikus Pasaribu, A.md yang selalu memberikan nasihat, dukungan, dan semangat agar dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
9. Sheilla Ayu yang selalu memberikan nasihat, dukungan, dan semangat agar dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini
10. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.

Akhir kata penulis berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Bandung, 1 September 2014

Penulis,

Bobby Wiranata Adios

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Gambaran Umum Objek Observasi	1
1.1.1. Sejarah Perusahaan dan Objek Observasi.....	1
1.1.2. Bidang Usaha Perusahaan	2
1.1.3. Visi dan Misi Perusahaan	3
1.2. Latar Belakang Objek Observasi	3
1.3. Perumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Observasi	9
1.5. Kegunaan Observasi	9
1.6. Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	9

BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN.....11

2.1. Tinjauan Teori.....	11
2.1.1. Definisi Manajemen Pemasaran	11
2.1.2. Pengertian Bauran Pemasaran	11
2.1.3. Pengertian Bauran Promosi	12
2.1.4. <i>Sales Promotion</i>	14
2.1.5. Proses Keputusan Pembelian.....	16
2.1.6. Kerangka Pemikiran	17
2.1.7. Penelitian Terdahulu	17
2.2. Metode Penelitian	20
2.2.1. Jenis Penelitian	20
2.2.2. Populasi	21
2.2.3. Sampel	21

2.2.4. Variabel Operasional	22
2.2.5. Jenis dan Metode Skala.....	24
2.2.6 Uji Data	25
2.2.7 Analisa Data	29
2.3. Pembahasan	32
2.3.1. Deskripsi Responden	32
2.3.2. Rekapitulasi Varibel X	35
2.3.3. Rekapitulasi Varibel Y	36
2.3.4. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian di KFC Riau Cabang Bandung	38
BAB III KESIMPULAN DAN SARAN	40
3.1. Kesimpulan	40
3.2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Franchise Indonesia Berdasarkan Kepemilikan	4
Tabel 1.2 Pangsa Pasar Restaurant <i>Fast Food</i> di Indonesia	5
Tabel 1.3 Jumlah Penjualan KFC Riau Cabang Bandung	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2.2 Variabel Operasional.....	22
Tabel 2.3 Hasil Uji Reabilitas Variabel X.....	26
Tabel 2.4 Hasil Uji Reabilitas Variabel Y.....	26
Tabel 2.5 Hasil Uji Validitas Sales Promotion	27
Tabel 2.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	28
Tabel 2.7 Hasil Uji Normalitas	29
Tabel 2.8 Klasifikasi Persentase	30
Tabel 2.9 Responden Jenis Kelamin	32
Tabel 2.10 Responden Usia.....	33
Tabel 2.11 Responden Pekerjaan	34
Tabel 2.12 Rekapitulasi Variabel X	35
Tabel 2.13 Rekapitulasi Variabel Y	36
Tabel 2.14 Hasil Regresi Linier Sederhana.....	38
Tabel 2.15 Hasil Determinasi	38
Tabel 2.16 Hasil Uji F	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo KFC	1
Gambar 1.2 Iklan <i>Snack Attack</i>	6
Gambar 1.3 Grafik Penjualan KFC Riau Cabang Bandung	8
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.2 Model Kerangka Pemikiran	17
Gambar 2.3 Garis Kontinum.....	30
Gambar 2.4 Persentase Jenis Kelamin Responden	33
Gambar 2.5 Persentase Usia Responden	34
Gambar 2.6 Responden Pekerjaan Responden	35
Gambar 2.7 Garis Kontinum <i>Sales Promotion</i>	36
Gambar 2.8 Garis Kontinum Keputusan Pembelian	37