

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Kue Bandung Makuta (Studi Terhadap Konsumen di Wilayah Cimahi Selatan)”**.

Selama menyusun skripsi ini, peneliti telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan ucapan banyak terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta Hidayah-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan keadaan sehat wal’afiat.
2. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan moril, materil dan doa yang selalu dipanjatkan untuk kebaikan dan kesuksesan peneliti yang tiada terhingga.
3. Bapak Prof. Dr. Mahmud M.Si selaku Rektor UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
4. Bapak Dr. Sahya Anggara, S.E.,M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
5. Bapak Dr. Muhammad Zaky, SE.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
6. Bapak Ruhenda S.Ag.,M.M.,M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus dosen Pembimbing skripsi kedua, yang telah bersedia menyempatkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk mebantu penulis dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini.
7. Bapak Herry Sutanto, S.E.,M.M.\_ selaku Dosen pembimbing skripsi utama yang telah meluangkan waktu dan memberikan ilmunya kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

8. Para responden yang dalam penelitian ini merupakan konsumen pada Bandung Makuta.
9. Seluruh teman-teman manajemen G 2014, terimakasih atas kekeluargaan serta kerjasamanya selama 4 tahun ini.
10. Seluruh teman-teman program studi manajemen angkatan 2014 yang tidak bisa namanya disebutkan satu persatu, terimakasih atas pertemanannya selama ini.
11. Seluruh sahabatku *SANGUAN GRUP* (Rizal, Robby, Syam Rizal, Sekar Ayu, Syifa Nurlatifa, Selva, Sulfa, Sisca, Rita Amalia, Rohaya).
12. Sri Dewi yang sudah menemani selama penyusunan skripsi ini, atas waktu, pikiran dan kasih sayangnya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik serta saran yang sifatnya membangun selalu penulis tunggu untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini, serta dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.



Bandung, 12 April 2018

Peneliti

Rino Nikki Pranoto

NIM. 1148020257

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI.....iii

DAFTAR GRAFIK .....vi

DAFTAR TABEL .....vii

DAFTAR TABEL .....xi

BAB I PENDAHULUAN..... 1

- A. Latar Belakang Masalah..... 1
- B. Identifikasi Masalah ..... 2
- C. Rumusan Masalah ..... 11
- D. Tujuan Penelitian ..... 11
- E. Kegunaan Penelitian ..... 12
- F. Kerangka Pemikiran..... 13
- G. Hipotesis ..... 20

BAB II TINJAUAN PUSTAKA ..... 22

- A. Manajemen ..... 22
  - 1. Pentingnya Manajemen ..... 23
  - 2. Fungsi - Fungsi Manajemen ..... 23
- B. Manajemen Pemasaran ..... 24
  - 1. Pengertian Pemasaran..... 24
    - a. Bauran Pemasaran ..... 25
    - b. Unsur Dalam Manajemen Pemasaran..... 26
- C. Promosi ..... 28
  - 1. Pengertian Promosi ..... 28
  - 2. Promosi Penjualan ..... 30
- D. Keputusan Pembelian ..... 36

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Metode Penelitian .....	43
B. Populasi Dan Sampel .....	45
C. Jenis Data .....	47
D. Variabel Penelitian .....	48
E. Teknik Pengumpulan Data .....	51
F. Analisis Data .....	52
G. Metode Analisis Statistik .....	55
H. Pegujian Hipotesis .....	57
I. Jadwal Dan Tempat Penelitian .....	61
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	63
1. Mengenai Bandung Makuta .....	63
2. Struktur Organisasi Bandung Makuta .....	65
B. Hasil Penelitian .....	65
1. Profil Responden .....	65
2. Pengolahan Data Deskriptif Kuesioner .....	68
3. Hasil Uji Validitas .....	87
4. Hasil Uji Reabilitas .....	90
5. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	92
6. Hasil Uji Hipotesis .....	94
a. Uji Parsial (T) .....	94
b. Uji Simultan (F) .....	100
c. Matrik Korelasi .....	102
d. Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	103
7. Pembahasan Hasil Penelitian .....	105
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>108</b>
A. Kesimpulan .....	108
B. Saran .....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	

## DAFTAR GRAFIK

1.1 Data Kunjungan Wisatawan Provinsi Jawa Barat.....	1
1.2 Grafik Data Penjualan Bandung Makuta 2017 .....	4



## DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung .....	2
1.2 Hasil Mini Survey .....	8
1.3 Penelitian Terdahulu .....	16
2.1 Fungsi-fungsi manajemen .....	24
3.1 Operasional Variabel Penelitian .....	49
3.2 Standar Reliabilitas Tritton .....	55
3.3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	57
3.4 Jadwal penelitian.....	62
4.1 Responden Berdasarkan jenis kelamin .....	66
4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	66
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	67
4.4 Pertanyaan 1 .....	69
4.5 Pertanyaan 2 .....	69
4.6 Pertanyaan 3 .....	70
4.7 Pertanyaan 4 .....	71
4.8 Pertanyaan 5 .....	72
4.9 Pertanyaan 6 .....	73
4.10 Pertanyaan 7 .....	73
4.11 Pertanyaan 8 .....	74
4.12 Pertanyaan 9 .....	75

4.13 Pertanyaan 10 .....	76
4.14 Pertanyaan 11 .....	77
4.15 Pertanyaan 12 .....	77
4.16 Pertanyaan 13 .....	78
4.17 Pertanyaan 14 .....	79
4.18 Pertanyaan 15 .....	80
4.19 Pertanyaan 16 .....	80
4.20 Pertanyaan 17 .....	81
4.21 Pertanyaan 18 .....	82
4.22 Pertanyaan 19 .....	83
4.23 Pertanyaan 20 .....	84
4.24 Pertanyaan 21 .....	84
4.25 Pertanyaan 22 .....	85
4.26 Pertanyaan 23 .....	86
4.27 Pertanyaan 24 .....	87
4.28 Pertanyaan 25 .....	87
4.29 Pertanyaan 26 .....	88
4.30 Pertanyaan 27 .....	89
4.31 Hasil Pengujian Validasi Instrumen Promosi Penjualan ( <i>Promosi Konsumen</i> ) .....	90
4.32 Hasil Pengujian Validasi Instrumen Promosi Penjualan ( <i>Perdagangan</i> ) .....	91

4.33 Hasil Pengujian Validasi Instrumen Promosi Penjualan	
<i>(Bisnis Dan Tenaga Penjualan</i> .....	92
4.34 Hasil Pengujian Validasi Instrumen Keputusan Pembelian.....	92
4.35 Standar Reliabilitas Tritton .....	93
4.36 Hasil uji reabilitas .....	94
4.37 Hasil regresi linier berganda .....	96
4.38 Hasil uji parsial (t) .....	97
4.39 Hasil analisis uji simultan (F) .....	102
4.40 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	105
4.41 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi .....	106





## DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar kerangka pemikiran .....	15
2.1 Proses pengambilan keputusan .....	38
4.1 Logo perusahaan .....	64
4.2 Struktur Organisasi Bandung Makuta Pusat .....	65
4.3 Hasil uji t Promosi Penjualan ( <i>Promosi Konsumen</i> )	
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	99
4.4 Hasil uji t Promosi Penjualan ( <i>Promosi Perdagangan</i> )	
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	100
4.5 Hasil uji t Promosi Penjualan ( <i>Promosi Bisnis Dan Tenaga Penjualan</i> )	
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	101
4.6 Gambar Penerimaan Dan Penolakan Uji F .....	104

