

ABSTRAK

Isnawan Noer Prayitno, “Pengaruh Program Promosi Hadiah Kemenangan Langsung (*Instant Win*) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kopi Bubuk/Instant Merek ABC (Survey Pada Pengunjung Yang Membeli Kopi Bubuk/Instant Merek ABC Di Yogya Departemen Store Cabang Kepatihan Bandung)”, di bawah bimbingan **Drs. H. Hari Mulyadi, M.Si dan Drs. Eded Tarmedi. M.A.**

Persaingan terjadi diantara produk kopi bubuk/instant di mana mereka menetapkan strategi yang hampir sama sehingga keputusan pembelian konsumen dihadapkan pada berbagai pertimbangan. Pelaksanaan program promosi hadiah kemenangan langsung (*instant win*) dianggap sebagai salah satu faktor yang dianggap berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, diperlukan suatu penelitian yang komprehensif untuk memecahkan permasalahan tersebut, untuk sampai pada kesimpulan tentang adakah pengaruh antara pelaksanaan program promosi hadiah kemenangan langsung (*instant win*) terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kopi bubuk/instant merek ABC.

Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana tanggapan konsumen tentang pelaksanaan program promosi hadiah kemenangan langsung (*instant win*) yang dilakukan oleh PT. Santos Jaya Abadi, bagaimana gambaran keputusan yang diambil konsumen dalam melakukan pembelian dan seberapa besar pengaruh antara pelaksanaan program promosi hadiah kemenangan langsung (*instant win*) dengan proses keputusan pembelian konsumen pada produk kopi bubuk/instant merek ABC.

Adapun objek yang diteliti adalah pengunjung yang membeli kopi bubuk/instant merek ABC di yogya departemen store cabang kepatihan bandung. Pengunjung yang dijadikan responden adalah mereka yang membeli produk kopi bubuk/instant ABC.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Ditinjau dari tujuan penelitian ini yaitu untuk membuktikan adanya pengaruh program promosi hadiah kemenangan langsung (*instant win*) terhadap keputusan pembelian konsumen, Sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh program promosi hadiah kemenangan langsung (*instant win*) terhadap keputusan pembelian konsumen digunakan perhitungan regresi linear sederhana yang di Bantu dengan software program SPSS 11,5.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan program promosi hadiah kemenangan langsung (*instant win*) secara keseluruhan dinilai baik oleh konsumen. Pelaksanaan program promosi hadiah kemenangan langsung (*instant win*) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai R square yang hanya menunjukkan angka 0,725 yang berarti bahwa 72,5% keputusan pembelian dapat dijelaskan dengan promosi hadiah kemenangan langsung. Sedangkan sisanya sebesar 21,5% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor penyebab lainnya.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadirat Allah, SWT, karena berkat pertolongan dan rahmat-Nya penelitian mengenai pengaruh program promosi hadiah kemenangan langsung (*instan win*) terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kopi bubuk/instan merek ABC (survey pada pengunjung yang membeli kopi bubuk/instan merek abc di yogya departemen store cabang kepatihan bandung) kini telah berbentuk laporan berupa skripsi. Berbagai hambatan dan kendala dihadapi oleh penulis dalam penulisan skripsi ini. Tetapi berkat pertolongan-Nya semua hal tersebut dapat diatasi. Sehingga apa yang diharapkan dapat diraih walaupun tidak mencapai kata sempurna.

Penelitian ini berangkat dari ketertarikan peneliti terhadap perilaku konsumen saat ini yang mengalami perubahan yang cukup signifikan. Sekarang konsumen sangat bebas menentukan apa, kapan dan dimana akan membeli suatu barang yang dibutuhkannya. Oleh karena itu, maka perilaku tersebut bagi para perusahaan yang bergerak di industri makanan dan minuman khususnya pada produk kopi bubuk/instan merupakan suatu peluang sekaligus tantangan. perusahaan kini berlomba-lomba untuk memanfaatkan peluang tersebut dan memenangkan persaingan dengan memanfaatkan berbagai strategi khususnya strategi promosi penjualan yang salah satunya melalui pelaksanaan program promosi hadiah kemenangan langsung (*instant win*). Secara rinci masalah yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimanakah gambaran program promosi penjualan hadiah kemenangan langsung (*instant win*) pada produk kopi bubuk/instan merek ABC, bagaimanakah gambaran keputusan pembelian

konsumen terhadap produk kopi bubuk/instan merek ABC, dan seberapa besar pengaruh program promosi penjualan hadiah kemenangan langsung (instan win) mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk kopi bubuk/instan merek ABC

Penulis menyadari bahwa tulisan sederhana ini masih banyak mengandung kekurangan baik dalam segi isi maupun cara penyajiannya. Oleh karena itu perbaikan dan saran-saran sangat penulis nantikan.

Akhirnya, semoga tulisan yang bersahaja ini bermanfaat bagi kita semua.

Amin!

Bandung, Februari 2007

Penulis



UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian studi di kampus tercinta ini banyak mendapat bantuan baik materil maupun moril yang begitu berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis untuk meyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS).
3. Bapak Dr. H. Edi Suryadi, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi.
4. Bapak Dr. H. Agus Rahayu, M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga/Manajemen Bisnis.
5. Bapak Lili Adi Wibowo, S.Sos, S.Pd., MM selaku Sekretaris TPPS Program Studi Pendidikan Tata Niaga/Manajemen Bisnis.
6. Bapak Drs. H. Hari Mulyadi, M.Si, selaku Pembimbing I yang banyak membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Drs. Eded Tarmedy, MA selaku Pembimbing II yang banyak membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen staf pengajar pada Program Studi Pendidikan Tata Niaga/Manajemen Bisnis yang banyak memberikan ilmu kepada penulis.
9. Pihak manajemen Yogya Departement Store yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian khususnya kepada Ibu Santi.

10. Teman-teman mahasiswa Tata Niaga angkatan '01 yang banyak memberikan masukan dan kritiknya kepada penulis.
11. Dede, Cecep, Dwi, Ferdi, Nurdin, Binsar, Wenda, Yanti dan Uwi rekan dan teman seperjuangan yang banyak memberikan koreksi berharga.
12. Mas Eko dan Keluarga yang tidak hentinya memberikan semangat kepada penulis terutama dengan bantuan materi dan moril kepada penulis untuk terus berjuang menyelesaikan kuliah. Penulis sangat berhutang budi.
13. Keluarga besar Bapak Hadiat Wiriamiharja di Pagarsih yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis khususnya Gina yang dengan sabar membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Keluarga baik Ibu, Bapak, dan kedua Adikku yang tak hentinya selalu mendoakan penulis agar cepat lulus kuliah dan cepat mendapat pekerjaan yang layak.
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga kebaikan dan amal sholeh Bapak/Ibu/Sdr/I dibalas yang setimpal oleh Allah, SWT baik di dunia maupun di akhirat kelak.

