

Kata Pengantar

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunianya lah Laporan Tugas Akhri ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat.

Laporan ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Ahli Madya pada program studi Manajemen pemasaran Institut Manajemen Telkom. Laporan tugas akhir ini mengacu pada tema Bauran Promosi dengan judul Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di The Summit Factory Outlet. Penyusunan Laporan ini berlangsung selama periode April – Juli 2013. Dalam kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Dadang Iskandar selaku ketua program studi D3 Manajemen Pemasaran dan sebagai dosen pembimbing saya yang selalu membantu mengevaluasi selama proses penyusunan tugas akhir ini.
2. Seluruh dosen D3 Manajemen Pemasaran yang telah membantu saya untuk berkonsultasi selama proses penyusunan tugas akhir ini.
3. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa dan motivasi dalam penyusunan tugas akhir ini
4. Sahabat terbaik saya Ari Febrina Kumala Dewi yang selalu membantu segala masalah serta memotivasi saya dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Calon tunangan saya Mohammad Saiful Azhar yang telah banyak memberikan motivasi dan ide-idenya dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
6. Teman-teman pemasaran B 2010 yang saling mendukung satu sama lain.

Bandung, 01 Juli 2013

Penyusun

Annis Sabriyanti Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek Observasi	
1.1.1 The Summit Factory Outlet.....	1
1.1.2 Struktur Organisasi.....	3
1.1.3 Lokasi Perusahaan.....	5
1.2 Latar Belakang Objek Observasi.....	5
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Observasi.....	9
1.5 Kegunaan Observasi.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN	
2.1 Tinjauan Teori	
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3 Bauran Promosi.....	11
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.6 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian Konsumen....	18

2.2 Metode Penelitian	
2.2.1 Jenis Penelitian.....	19
2.2.2 Jenis Data.....	19
2.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	19
2.2.4 Populasi.....	20
2.2.5 Sampel.....	20
2.2.6 Teknik Sampel.....	20
2.2.7 Variabel Operasional.....	21
2.2.8 Jenis Skala.....	22
2.2.9 Uji Validitas dan Reliability.....	23
2.2.10 Regresi Berganda.....	24
2.2.11 Uji Parsial (uji t) dan Uji Simultan (uji f).....	25
2.2.12 Uji Asumsi Klasik.....	26
2.2.12 Analisis Data.....	28
2.3 Pembahasan	
2.3.1 Kegiatan Bauran Promosi yang Dilakukan.....	30
2.3.2 Hasil Kegiatan Bauran Promosi.....	31
2.3.3 Uji Reliabilitas dan Validitas (Harapan).....	39
2.3.4 Uji Reliabilitas dan Validitas (Kenyataan).....	40
2.3.5 Uji Asumsi Klasik.....	41
2.3.5 Regresi Berganda (Kenyataan).....	46
2.3.6 Uji Parsial (uji t) dan Uji Simultan (uji f) (Kenyataan).....	47
2.3.7 Analisis Data (Importance Performance Analyze).....	49

BAB III PENUTUP	
3.1 Kesimpulan.....	52
3.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
DAFTAR LAMPIRAN.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi The Summit Factory Outlet.....	5
Gambar 2.1 Penjualan Pribadi yang dilakukan The Summit Factory Outlet.....	30
Gambar 2.2 Hasil Uji Normalitas.....	43
Gambar 2.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	45
Gambar 2.2 Diagram Important Performance Hasil Data SPSS.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Wisatawan Mancanegara dan domestik di Cirebon.....	6
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung beberapa Factory outlet di Cirebon.....	7
Tabel 2.1 Variabel Operasional.....	20
Tabel 2.2 Kategori Skala Likert.....	31
Tabel 2.3 Jenis Kelamin Responden.....	31
Tabel 2.4 Usia Responden.....	32
Tabel 2.5 Pendapatan Responden per bulan.....	33
Tabel 2.6 Distribusi Frekuensi Variabel Personal Selling (X_1).....	33
Tabel 2.7 Distribusi Frekuensi Variabel Advertising (X_2).....	34
Tabel 2.8 Distribusi Frekuensi Variabel Sales Promotion (X_3).....	36
Tabel 2.9 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	37
Tabel 2.10 Reliability Statistics (Harapan).....	39
Tabel 2.11 Item Total Statistics (Harapan).....	40
Tabel 2.12 Reliability Statistics (Kenyataan).....	40
Tabel 2.13 Item Total Statistics (Kenyataan).....	41
Tabel 2.14 Hasil Uji Normalitas.....	42
Tabel 2.15 Hasil Uji Asumsi Multikolinieritas.....	44
Tabel 2.16 Hasil Uji Linier Berganda (Kenyataan).....	46