

**Id** : 16237

**Call Number** : 659.1 WIJ a

**Judul** : **Analisi Pengaruh Program Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Restoran DCost Seafood Gajah Mada Plaza, Jakarta/Christin Sastra Wijaya**

**Pengarang** : **Wijaya Sastra Christin**

**Nim** : 915070099

**Kota** : Jakarta

**Tahun Terbit** : 2011

**Deskripsi Fisik** : viii + 158 halaman, 2011, tabel 54, gambar 11, 33 lampiran

**Pembimbing** : 1.Kurnia Setiawan, S.Sn, M.Hum

**Bidang** : 1.Ilmu Komunikasi

**Subjek** : 1.Periklanan

**Abstrak** : **Peneliti ini membahas tentang program promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran DCost Seafood Gajah Mada Plaza, Jakarta. Situasi bisnis sekarang ini benar-benar dihadapkan pada tantangan yang tidak mudah. Semakin banyaknya restoran-restoran yang bermunculan di Jakarta menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat untuk memperoleh pangsa pasar yang ada. Program promosi merupakan salah satu kunci sukses dalam meningkatkan penjualan suatu perusahaan, maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh program promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran DCost Seafood Gajah Mada Plaza. Restoran DCost Seafood GajahMada Plaza telah melakukan beberapa cara untuk mempromosikan restorannya, seperti meningkatkan dan mendesain kegiatan iklan dan promosi penjualan sedemikian rupa agar dapat menciptakan suatu program pemasaran yang efektif serta dapat menunjang keberhasilan pihak restoran dalam meningkatkan usaha dan meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan desain kausal. Teknik sampling adalah teknik Purposive Sampling, yang dilakukan terhadap 100 responden penelitian yaitu konsumen restoran DCost Seafood Gajah Mada Plaza, Jakarta. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan instrumen kuesioner atau angket dan studi literatur. Metode pengolahan data dilakukan dengan**

**menggunakan validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik yang berasal dari data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang telah diisi dan diolah, sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi. Metode pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisa regresi linier berganda, uji korelasi, uji F, uji t yang berasal dari data yang dikumpulkan dari kuesioner yang telah diisi dan diolah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel periklanan dan variabel promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran D?Cost Seafood Gajah Mada Plaza. Sedangkan variabel publisitas dan word of mouth tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran D?Cost Seafood Gajah Mada Plaza. Kata Kunci : Pengaruh Program Promosi Terhadap Keputusan Pembelian**