

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP  
NIAT UNTUK BERKUNJUNG KE CAFÉ TERAS PUTIH**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi ( S.I.Kom)

**Oleh:**

**Varian Benaviro  
140905462 / KOM**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP**

**NIAT UNTUK BERKUNJUNG KE CAFÉ TERAS PUTIH**

**SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar  
S.I. Kom Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

**Disusun Oleh :**

**Varian Benaviro**

**140905462 / KOM**

**Disetujui Oleh:**



**Ranggabumi Nuswantoro, MA.**

**Dosen Pembimbing**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Niat Untuk Berkunjung Ke Café Teras Putih  
Penyusun : Varian Benaviro  
NIM : 140905462 / KOM

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu, 30 Juni 2021

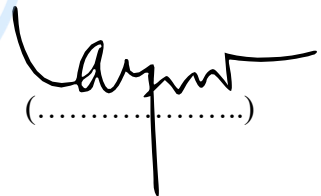
Pukul : 13.00 WIB

Tempat : Zoom Meeting Online



### TIM PENGUJI

Ign. Agus Putranto, M.Si  
Penguji Utama



(.....)

Ranggabumi Nuswantoro, MA.  
Penguji Pertama



(.....)

Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom  
Penguji Kedua



(.....)

**PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Varian Benaviro  
NPM : 140905462  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Karya Tulis : PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP NIAT  
UNTUK BERKUNJUNG KE CAFÉ TERAS PUTIH

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 17 Juni 2021

Saya yang menyatakan,



Varian Benaviro

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*“Time flies so fast, day by day left us <sup>[L]</sup><sub>[SEP]</sub> With or without smiles, the new days will comes”*

**Skripsi ini saya persembahkan untuk almarhum Papa dan  
Mama Tercinta**

*I Love You.*

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas waktu dan kesempatan yang diberikan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP NIAT UNTUK BERKUNJUNG KE CAFÉ TERAS PUTIH".

Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar sarjana ilmu komunikasi pada program studi Ilmu Komunikasi fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti menyadari telah mendapat bimbingan, pendapat, bantuan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Almarhum Agus Beni Cahyono dan Nani Rosa sebagai orang tua penulis yang telah memberikan dukungan moral maupun material. Orang tua yang selalu mendukung penulis untuk menjadi orang yang lebih maju.
2. Taras Gerald Bernardo dan Vito Bena Rirago sebagai adik dan kakak penulis yang selalu mendukung dan memotivasi.
3. Kezia Arthamevia yang telah menemani selama 5 tahun dan selalu memberikan dukungan disaat senang maupun susah.
4. Ranggabumi Nuswantoro MA. sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membantu dan mengarahkan

5. Teman-teman Bale Ceki Squad yang selalu memotivasi maupun mencaci penulis.
6. Teman-teman kuliah Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 17 Juni 2021

Varian Benaviro

VARIAN BENAUIRO

No. Mhs: 140905462

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP  
NIAT UNTUK BERKUNJUNG KE CAFÉ TERAS PUTIH**

**ABSTRAK**

Perusahaan harus mengkomunikasikan produk atau jasa yang dijual kepada khalayak. Salah satu cara untuk mengkomunikasikan produk atau jasa perusahaan adalah dengan melakukan promosi penjualan. Promosi penjualan yang menarik akan memberikan stimuli pada peningkatan niat beli / niat berkunjung khalayak. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh promosi penjualan terhadap niat berkunjung ke café Teras Putih. Teori yang digunakan terdiri dari teori Stimulus-Respon (S-R).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei pada 100 konsumen yang pernah mengunjungi café Teras Putih. Penelitian dilakukan pada bulan April tahun 2021. Metode sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan ciri sampel adalah khalayak yang pernah melihat promosi penjualan café Teras Putih di media sosial minimal sebanyak 3 kali dalam 6 bulan terakhir. Metode analisis data yang digunakan terdiri dari analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini adalah: 1) Promosi penjualan memiliki hubungan yang kuat ( $R = 0,779$ ) dengan niat berkunjung. 2) Promosi penjualan mampu memprediksi (mempengaruhi) 60,5% perubahan niat berkunjung. 3) Promosi penjualan ( $\beta = 0,891$ ;  $p = 0,000$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan ( $p = 0,000$ ) terhadap niat berkunjung.

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa promosi penjualan yang baik dan menarik secara nyata berkontribusi untuk meningkatkan niat kunjungan khalayak. Perusahaan harus menerapkan berbagai macam strategi promosi penjualan yang tepat untuk meningkatkan niat kunjungan khalayak.

Kata kunci : promosi penjualan, niat berkunjung, café Teras Putih.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Kerangka Teori .....	6
1.6. Kerangka Konsep .....	12
1.7. Definisi Operasional .....	13
1.8. Hipotesis .....	15
1.9. Metode Penelitian .....	15
1.9.1. Bentuk, Tempat dan Waktu Penelitian .....	15
1.9.2. Subyek Penelitian .....	15
1.9.3. Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel .....	16
1.9.4. Metode Pengumpulan Data .....	17
1.9.5. Metode Pengujian Instrumen .....	18
1.9.6. Metode Analisis Data .....	21

<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
2.1. Sejarah Café Teras Putih .....	24
2.2. Produk Café Teras Putih .....	26
2.3. Bentuk-bentuk Promosi Penjualan Café Teras Putih .....	28
<b>BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
3.1. Deskripsi Karakteristik Demografi Responden .....	31
3.2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	35
3.2.1. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Promosi Penjualan .....	35
3.2.2. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Niat Berkunjung .....	45
3.3. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Niat Berkunjung .....	49
3.4. Pembahasan .....	51
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>54</b>
4.1. Kesimpulan .....	54
4.2. Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>58</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Uji Validitas .....	19
Tabel 1.2.	Uji Reliabilitas .....	21
Tabel 2.1.	Daftar Makanan dan Minuman Café Teras Putih .....	27
Tabel 3.1.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 3.2.	Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	32
Tabel 3.3.	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	33
Tabel 3.4.	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	33
Tabel 3.5.	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	34
Tabel 3.6.	Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan .....	34
Tabel 3.7.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Pada Masing-masing Butir Pertanyaan Variabel Promosi Penjualan .....	35
Tabel 3.8.	Deskripsi Jawaban Responden Secara Keseluruhan Pada Variabel Promosi Penjualan .....	44
Tabel 3.9.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Masing-masing Variabel Niat Berkunjung .....	45
Tabel 3.10.	Deskripsi Jawaban Responden Secara Keseluruhan Pada Variabel Niat Berkunjung .....	49
Tabel 3.11	Uji Signifikansi Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Niat Berkunjung .....	50

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1	Promosi Penjualan Café Teras Putih .....	4
Gambar 1.2	Model Dasar Sistem Komunikasi Pemasaran .....	8
Gambar 1.3	Kerangka Penelitian .....	12
Gambar 2.1	Display Eksterior dan Interior Café Ters Putih .....	26
Gambar 2.2	Makanan dan Minuman Café Teras Putih .....	28

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Data Jawaban Responden
Lampiran	III	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	IV	Analisis Persentase
Lampiran	V	Analisis Regresi
Lampiran	VI	Tabel Distribusi R 5%