

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
MAKANAN DI RUMAH RESTORAN TERBANK 27**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Program Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
AKBAR MAULANA
044115186**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JUNI 2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Akbar Maulana
NPM : 044115186
Judul : Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Makanan di Rumah Makan Ayam Terbank 27

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Qoute Nuraini C, M.I.Kom
NIK. 1.1215 047 681

Pembimbing II : Ratih Siti Aminah, M.Si
NIK. 1.0314 004 625

Pembaca : Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 03 Juni 2020

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

Dr. Agnes Setyowati H.,M.Hum
NIK : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi

Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513

ABSTRAK

Akbar Maulana 044115186. 2020. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Makanan Di Rumah Makan Ayam Terbank 27. Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan : Qoute Nuraini C, M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bauran promosi Rumah Makan Ayam Terbank 27, mengetahui bagaimana minat beli makanan di Rumah Makan Ayam Terbank 2, mengetahui bagaimana pengaruh bauran promosi terhadap minat beli makanan di Rumah Makan Ayam Terbank 27. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana bauran promosi Rumah Makan Ayam Terbank 27, Bagaimana minat beli makanan di Rumah Makan Ayam Terbank 27, Bagaimana pengaruh bauran promosi terhadap minat beli makanan di Rumah Makan Ayam Terbank 27.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Ayam Terbank 27 pada bulan Januari 2019 hingga – Maret 2020. Teknik yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan jenis *incidental sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner dan observasi. Uji validitas menggunakan rumus *Product Moment Pearson* dan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

Hasil-hasil analisis data dan penelitian di lapangan diketahui bahwa bauran promosi di Rumah Makan Ayam Terbank 27 mempunyai nilai baik, pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan promosi yang ada dan minat beli dipengaruhi oleh bauran promosi sebesar 12,3% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : *Rumah Makan Ayam Terbank 27, Bauran Promosi, Minat Beli.*