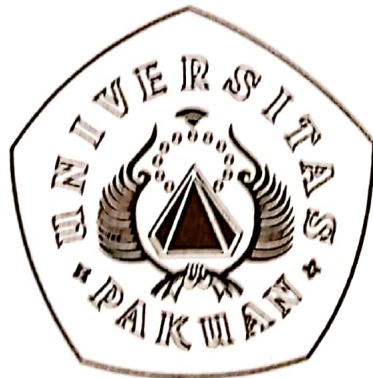


**PENGARUH DAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI  
MASAKAN DI RUMAH MAKAN TERBANK 27**

**RESYUMEN**

**Dijukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu 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 : 044115136  
Judul : Pengaruh Rataan Promosi Terhadap Minat Beli Makanan di  
Rumah Makan Ayam Terbang 27

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji 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 Pajajaran Bogor.

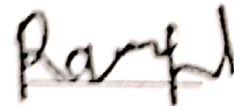
### DEWAN PENGUJI

Menyetujui

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



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



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



Ditandatangani 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, Kosentrasi 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 kusioner 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.*