

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN MELALUI APLIKASI
MCDONALD'S TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN
(Studi Kasus Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta)**

ALBERT GILBERT

1702518054



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Karya Ilmiah Ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapat
Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021**

***THE EFFECT OF MCDONALD'S APP SALES PROMOTION ON
CONSUMER BUYBACK INTEREST (Survey on Student of Universitas
Negeri Jakarta)***

ALBERT GILBERT

1702518054



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*The Scientific Paper Prepared to meet one degree requirements Associates Expert
getting by Faculty of Economic Universitas Negeri Jakarta.*

***DIII MARKETING MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021***

ABSTRAK

Albert Gilbert, 1702518054. Pengaruh Promosi Penjualan Melalui Aplikasi Mcdonald's Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Dan Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui adakah pengaruh promosi penjualan dari aplikasi berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen, 2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi penjualan dari aplikasi dalam minat ulang konsumen. Dalam penulisan ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah hasil penyebaran kuesioner secara *online* pada 120 responden. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi Universitas Negeri Jakarta yang pernah menggunakan dan membeli produk McDonald's melalui aplikasi McDonald's analisis data menggunakan analisis statistika deskriptif dan analisis regresi linear sederhana. Analisis data menggunakan IBM SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Penjualan aplikasi McDonald's berpengaruh pada Minat Beli Ulang Konsumen. Dalam koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 52,2% minat beli ulang dipengaruhi oleh promosi penjualan dan sisanya 47,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas didalam penelitian ini

Kata kunci: Promosi Penjuala, Minat Beli Ulang, McDonald's

ABSTRACT

Albert Gilbert, 1702518054. *The Effect Of Mcdonald's App Purchase Sales Promotion On Consumer Buyback Interest (Survey On Student Of Universitas Negeri Jakarta). DIII Marketing Management Study Program. Management Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.*

This scientific paper aims to find out: 1) To find out if the influence of sales promotion from an app affects a consumer's re-purchase interest, 2) To find out how much sales promotion influences an app in consumer re-interest. In this writing the data collection method used is the result of the spread of questionnaires online to 120 respondents. The subjects of this study were students and students of Universitas Negeri Jakarta who had used and purchased McDonald's products through the McDonald's data analysis application using descriptive statistical analysis and simple linear regression analysis. Analyze data using IBM SPSS version 25.

The results showed that The McDonald's app Sales Promotion has an effect on Consumer Buyback Interests. The coefficient of determination (R^2) shows that 52.2% of resale interest is influenced by sales promotions and the remaining 47.8% is explained by other variables not discussed in this study

Keywords: Seller Promotion, Re-buy Interest, McDonald's

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SEMINAR PROPOSAL KARYA ILMIAH

Mengetahui,

Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Pembimbing



Dra. Solikhah, M.M

NIP : 196206231990032001

22 Juli 2021



M. Edo S. Siregar, SE, M.BA

NIP : 197201252002121002

21 Juli 2021

Nama : Albert Gilbert
No. Registrasi : 1702518054
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH			
Penanggung jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
			
Dr. Ari Saptono, SE, M.PD NIP. 19720715 2001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
	Ketua Sidang	 	
1.	<u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIP. 198404082019031003		16 Agustus 2021
	Penguji Ahli		
2.	<u>Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M.</u> NIP. 197404162006041001		16 Agustus 2021
	Pembimbing		
3.	<u>M. Edo S. Siregar, SE, MBA</u> NIP. 197201252002121002		18 Agustus 2021
Nama	: Albert Gilbert		
No. Registrasi	: 1702518054		
Program Studi	: D3 Manajemen Pemasaran		
Tanggal Lulus	: 6 Agustus 2021		

Catatan: - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Albert Gilbert

NIM : 1702518054

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Tahun Akademik : 2018

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul **“Pengaruh Promosi Penjualan Melalui Aplikasi Mcdonald’s Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta)”** ini adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan tidak melakukan plagiasme atau pengutipan dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan pedoman dan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas penyalahgunaan ataupun tindakan yang tidak sesuai dengan etika akademik dalam karya ilmiah saya saat ini, atau terdapat klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta 25 Juli 2021

Yang menyatakan



Albert Gilbert

1702518054

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berjudul **Pengaruh Promosi Penjualan Melalui Aplikasi Mcdonald's Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta)**. Karya ilmiah ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (DIII) pada Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Peneliti berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini dan secara khusus pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada;

1. M. Edo Suryawan Siregar, SE., M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam proses penulisan karya ilmiah peneliti.
2. Dra. Sholikhah, MM. Selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Dr. Ari Saptono, SE.,M.PD selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Seluruh anggota keluarga terutama orang tua dan kakak-kakak yang telah memberikan doa dan semangat tiada henti-hentinya kepada peneliti.

5. Semua teman-teman Fakultas Ekonomi jurusan DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2018 yang telah memberikan dukungan untuk penulis.
6. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner.

Peneliti menyadari menyadari dalam karya ilmiah ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ilmiah ini. Peneliti berharap karya ilmiah ini dapat memberi manfaat bagi peneliti dan pembaca.

Jakarta, 1 Juli 2021



Penulis

