

## BAB IV

### PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

#### **A. Analisis Hasil *Pre-test***

Sebelum menyebarkan kuisisioner kepada responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dilakukan *pre-test* terhadap 30 orang responden. Tujuan dilakukannya *pre-test* adalah untuk mengetahui sejauh mana pemahaman responden terhadap pernyataan yang terdapat dalam kuisisioner. Data *pre-test* diuji secara validitas dan reliabilitas.

Seperti terdapat dalam lampiran, pada uji validitas *pre-test* variabel promosi penjualan memiliki KMO MSA sebesar 0,858, nilai signifikansi *Bartlett's Test* .000, dan nilai *cumulative %* sebesar 86,313 %. Sedangkan nilai dalam diagonal *anti image matrices* seluruhnya berada di atas 0,500 dan nilai *factor loading component matrices* juga seluruhnya berada di atas 0,700, berarti variabel promosi penjualan telah memenuhi persyaratan validitas. Nilai *Croanbach's Alpha* variabel promosi penjualan pada uji reliabilitas juga telah memenuhi persyaratan, yaitu 0,982 (>0,600).

Pada uji validitas *pre-test* variabel minat beli memiliki KMO MSA sebesar 0,920, nilai signifikansi *Bartlett's Test* .000, dan nilai *cumulative %* sebesar 89,546 %. Sedangkan nilai dalam diagonal *anti image matrices* seluruhnya berada di atas 0,500 dan nilai *factor loading component matrices* juga seluruhnya berada di atas 0,700, berarti variabel promosi penjualan telah

memenuhi persyaratan validitas. Nilai *Croanbach's Alpha* variabel promosi penjualan pada uji reliabilitas juga telah memenuhi persyaratan, yaitu 0,985 (>0,600).

## B. Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan keandalan dan konsistensi suatu indikator<sup>1</sup>. Bila pengamatan dilakukan dengan perangkat ukur yang sama lebih dari satu kali, hasil pengamatan itu seharusnya sama. Karena jika tidak sama dapat dikatakan perangkat ukur tersebut tidak *reliable*<sup>2</sup>. Pengujian reliabilitas menggunakan *Croanbach Alpha*, untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya untuk mengukur suatu objek. Koefisien Alpha yang semakin mendekati 1 (satu) berarti pertanyaan – pertanyaan dalam kuisisioner tersebut semakin reliabel. Sebuah faktor dinyatakan reliabel jika koefisien alpha lebih besar dari 0.600<sup>3</sup>

Berikut adalah hasil perhitungan reliabilitas pada dua variabel yaitu Promosi Penjualan dan Minat Beli Konsumen :

Table 4.1  
Uji Reliabilitas pada variabel Promosi Penjualan

Cronbach's Alpha	N of Items
.967	10

Sumber : *output SPSS 15.00 for windows*

<sup>1</sup> Louise H. Keider. *Research Methods in Social Relations*. New York : Holt, Rinehart, and Winston, Inc, 1981. hal 131.

<sup>2</sup> S. Nasution. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Cetakan Keenam. Jakarta : Bumi Aksara. 2003. hal 39.

<sup>3</sup> Naresh K. Maholtra. hal 290.

Table 4.2

Uji Reliabilitas pada variabel Minat Beli

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	9

Sumber : *output SPSS 15.00 for windows*

Dari hasil uji reliabilitas terhadap 2 variabel yaitu Promosi Penjualan dan Minat Beli, dapat dilihat bahwa hasil *Cronbach's Alpha* variabel Promosi Penjualan adalah sebesar .967, sedangkan variabel Minat Beli adalah sebesar .945. Kedua variabel tersebut mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari .600, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut reliabel.

### C. Validitas

Analisis validitas merupakan analisis terhadap suatu ukuran yang menunjukkan tingkat – tingkat kevalidan atau kesahihan suatu kuisisioner. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai nilai validitas tinggi dan sebaliknya<sup>4</sup>. Suatu kuisisioner dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.<sup>5</sup> Validitas dilakukan dengan analisis *data reduction factor* dengan melihat hasil dari *Keiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy*,

<sup>4</sup> Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Muda*. Bandung : Alfabeta. 2005. hal 121.

<sup>5</sup> Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta. 1996. hal 134.

*Bartlett's Test of Sphericity*, *Anti Image Matrices*, *Total Variance Explained*, dan *Factor Loading Component Matrics*, sesuai dengan batasan nilai sebagaimana tampak pada table 4.22.

Table 4.3

Ukuran Validitas

No	Ukuran Validitas	Nilai yang Disyaratkan
1	<p><b><i>Keiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy</i></b></p> <p><i>KMO MSA</i> adalah statistic yang mengindikasikan proporsi variansi dalam variabel yang merupakan variansi umum, yakni variansi yang disebabkan oleh faktor – faktor dalam penelitian.</p>	Nilai KMO di atas .500 menunjukkan bahwa faktor analisis dapat digunakan.
2	<p><b><i>Bartlett's Test of Sphericity</i></b></p> <p><i>Bartlett's Test of Sphericity</i> menunjukkan bahwa matriks korelasi adalah matriks identitas, yang mengindikasikan bahwa variabel – variabel dalam faktor bersifat <i>related</i> atau <i>inrelated</i>.</p>	Nilai signifikansi adalah hasil uji. Nilai yang kurang dari .05 menunjukkan hubungan yang signifikan antar variabel, yang merupakan nilai yang diharapkan.
3	<p><b><i>Anti Image Matrices</i></b></p> <p>Setiap nilai dalam diagonal matriks korelasi anti image menunjukkan <i>Measure of Sampling Adequacy</i> dari masing – masing indikator.</p>	Nilai dalam diagonal matriks korelasi anti image diatas .500 menunjukkan variabel cocok / sesuai dengan struktur variabel lainnya di dalam faktor tersebut.
4	<p><b><i>Total Variance Explained</i></b></p> <p>Nilai pada kolom "<i>cumulative %</i>" menunjukkan persentase variansi yang disebabkan oleh keseluruhan faktor.</p>	Nilai pada kolom " <i>cumulative %</i> " harus lebih besar dari .600

5	<b>Factor Loading Component Matrics</b> Nilai <i>factor loading</i> dari masing – masing faktor	Nilai <i>factor loading</i> harus lebih besar atau sama dengan .700
---	--	---

Sumber : Malhotra<sup>6</sup>

### C.1 Uji Validitas pada variabel Promosi Penjualan

Table 4.4

*KMO MSA, Bartlett's Test* ,dan *Total Variance Explained* Variabel Promosi Penjualan

<i>KMO MSA</i>	<i>Bartlett's Test (Sig)</i>	<i>Total Variance Explained (Cumulative %)</i>
0,937	0,000	77,797 %

Sumber : *output SPSS 15.00 for windows*

Berdasarkan table tersebut terlihat bahwa nilai KMO MSA adalah 0,937 berarti faktor analisis dapat digunakan karena telah melampaui nilai 0,500 yang disyaratkan. Tingkat signifikansi pada *Bartlett's Test* .000 menunjukkan hubungan yang signifikan antar variabel yang merupakan nilai yang diharapkan. Nilai *total variance explained* 77, 797 % juga telah memenuhi nilai 60 % yang disyaratkan, dan berarti keseluruhan indikator yang digunakan dalam analisis faktor variabel Promosi Penjualan mampu menjelaskan varian sebesar 77,797 %. Maka dapat disimpulkan bahwa kumpulan indikator tersebut dapat diproses lebih lanjut karena dianggap telah memenuhi persyaratan ukuran validitas.

<sup>6</sup> Naresh K. Malhotra. hal 290.

Table 4.5  
*Factor Loading Component Matrics & Anti Images Matrices* Variabel  
 Promosi Penjualan

Indikator	<i>Factor Loading Component Matrics</i>	<i>Anti Image Matrices</i>
Informasi kupon diskon terdapat di media massa pendukung	.881	.933 <sup>a</sup>
Warna kupon diskon yang menarik	.720	.940 <sup>a</sup>
Gambar kupon diskon yang menarik	.906	.925 <sup>a</sup>
Desain kupon diskon yang menarik	.904	.898 <sup>a</sup>
Informasi dalam kupon diskon Jelas	.914	.917 <sup>a</sup>
Informasi dalam kupon diskon Lengkap	.938	.951 <sup>a</sup>
Cara penukaran kupon diskon Mudah	.918	.953 <sup>a</sup>
dalam kupon diskon terdapat logo dan nama perusahaan	.918	.934 <sup>a</sup>
Kupon diskon memiliki jangka waktu tertentu	.921	.962 <sup>a</sup>
Kupon diskon memiliki persyaratan tertentu	.774	.964 <sup>a</sup>

Sumber : *hasil olahan penulis* berdasarkan SPSS 15.00

Pada table tersebut terlihat dari 10 indikator yang ada seluruhnya memiliki nilai *factor loading* di atas .700. Hal tersebut selain menunjukkan bahwa nilai *factor loading* per indikator telah memenuhi persyaratan ukuran validitas, juga mengindikasikan bahwa indikator – indikator tersebut sudah menjadi suatu kesatuan komponen yang membentuk variabel Promosi Penjualan. Selain itu nilai dari 10 indikator dalam diagonal matriks korelasi *anti image* seluruhnya diatas .500, berarti menunjukkan variabel cocok / sesuai dengan struktur variabel lainnya di dalam faktor tersebut

## C.2 Uji Validitas pada variabel Minat Beli

Berikut adalah hasil perhitungan validitas pada variabel Minat Beli :

Table 4.6

*KMO MSA, Bartlett's Test dan Total Variance Explained* Variabel Minat Beli

<i>KMO MSA</i>	<i>Bartlett's Test (Sig)</i>	<i>Total Variance Explained (Cummulative %)</i>
0,907	0,000	73,685 %

Sumber : *output SPSS 15.00 for windows*

Berdasarkan table tersebut terlihat bahwa nilai KMO MSA adalah 0,907 berarti faktor analisis dapat digunakan karena telah melampaui nilai 0,500 yang disyaratkan. Tingkat signifikansi pada *Bartlett's Test* .000 menunjukkan hubungan yang signifikan antar variabel yang merupakan nilai yang diharapkan. Nilai *total variance explained* sebesar 73,685 % juga telah memenuhi nilai 60 % yang disyaratkan, dan berarti keseluruhan indikator yang digunakan dalam analisis faktor variabel Minat Beli mampu menjelaskan varian sebesar 73,685 %. Maka dapat disimpulkan bahwa kumpulan indikator tersebut dapat diproses lebih lanjut karena dianggap telah memenuhi persyaratan ukuran validitas.

Table 4.7  
*Factor Loading Component Matrics & Anti Images Matrices* Variabel  
 Minat Beli

Indikator	<i>Factor Loading Component Matrics</i>	<i>Anti Image Matrices</i>
Tertarik dengan promosi kupon diskon	.891	.894
Menyukai adanya promosi kupon diskon	.889	.892
Memperhatikan adanya promosi kupon diskon	.677	.649
memilih berkunjung ke DuFan saat ada promosi kupon diskon	.874	.874
memilih berkunjung ke DuFan saat ada promosi kupon diskon, Dibandingkan ke tempat hiburan lain	.849	.848
merasa Yakin kalau harga tiket Murah saat ada promosi kupon diskon	.842	.820
merasa mendapatkan Keuntungan saat ada promosi kupon diskon	.844	.844
Terpengaruh dengan promosi kupon diskon	.865	.862
Berminat pergi ke DuFan saat ada promosi kupon diskon	.782	.778

Sumber : *hasil olahan penulis* berdasarkan SPSS 15.00

Pada table tersebut terlihat bahwa dari 10 indikator yang ada terdapat satu indikator yang mempunyai nilai *factor loading* di bawah .700 dari yang disyaratkan, yaitu indikator *memperhatikan adanya program promosi kupon potongan harga Dunia Fantasi*. Untuk itu indikator tersebut harus dihilangkan karena dianggap kurang memenuhi persyaratan ukuran validitas. Sedangkan dalam diagonal matriks korelasi *anti image* nilai dari 10 indikator seluruhnya diatas .500, berarti menunjukkan variabel cocok / sesuai dengan struktur variabel lainnya di dalam faktor tersebut.



### C.3 Hasil perhitungan validitas pada variabel Minat Beli setelah satu indikator dihilangkan

Table 4.8

*KMO MSA, Bartlett's Test dan Total Variance Explained* Variabel Minat Beli

<i>KMO MSA</i>	<i>Bartlett's Test (Sig)</i>	<i>Total Variance Explained (Cummulative %)</i>
0,896	0,000	73,167 %

Sumber : *output SPSS 15.00 for windows*

Berdasarkan table tersebut terlihat bahwa nilai KMO MSA variabel Minat Beli turun menjadi .896 dibandingkan sebelumnya yaitu .907, setelah satu indikator dihilangkan. Tetapi faktor analisis tetap dapat digunakan karena masih lebih besar dari nilai 0,500 yang disyaratkan. Tingkat signifikansi pada *Bartlett's Test* yang tetap .000 menunjukkan hubungan yang signifikan antar variabel yang merupakan nilai yang diharapkan. Nilai *total variance explained* yang turun menjadi 73, 167 % dibandingkan sebelumnya yaitu 73,685 % juga masih memenuhi nilai 60 % dari yang disyaratkan, dan berarti keseluruhan indikator yang digunakan dalam analisis faktor variabel Minat Beli mampu menjelaskan varian sebesar 73,167 %. Maka dapat disimpulkan bahwa setelah satu indikator dihilangkan, variabel minat beli dapat diproses lebih lanjut karena dianggap telah memenuhi persyaratan ukuran validitas.

Table 4.9  
*Factor Loading Component Matrics & Anti Images Matrices* Variabel  
 Minat Beli

Indikator	<i>Factor Loading Component Matrics</i>	<i>Anti Image Matrices</i>
Tertarik dengan promosi kupon diskon	.904	.881 <sup>a</sup>
Menyukai adanya promosi kupon diskon	.903	.880 <sup>a</sup>
memilih berkunjung ke DuFan saat ada promosi kupon diskon	.881	.936 <sup>a</sup>
memilih berkunjung ke DuFan saat ada promosi kupon diskon, Dibandingkan ke tempat hiburan lain	.845	.875 <sup>a</sup>
merasa Yakin kalau harga tiket Murah saat ada promosi kupon diskon	.818	867 <sup>a</sup>
merasa mendapatkan Keuntungan saat ada promosi kupon diskon	.850	928 <sup>a</sup>
Terpengaruh dengan promosi kupon diskon	.861	897 <sup>a</sup>
Berminat pergi ke DuFan saat ada promosi kupon diskon	.771	912 <sup>a</sup>

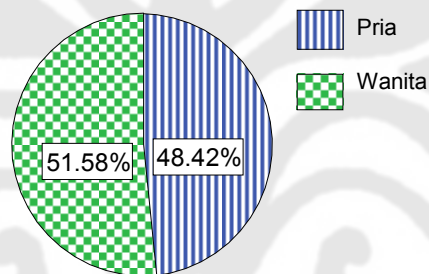
Sumber : *hasil olahan penulis* berdasarkan SPSS 15.00

Pada table tersebut terlihat bahwa nilai dari 8 indikator sisa setelah satu indikator dihilangkan dalam diagonal matriks korelasi *anti image* seluruhnya diatas .500, berarti menunjukkan variabel cocok / sesuai dengan struktur variabel lainnya di dalam faktor tersebut. Selain itu nilai *factor loading* dari 8 indikator sisa setelah satu indikator dihilangkan, seluruhnya memiliki nilai di atas .700, berarti seluruh indikator telah memenuhi persyaratan ukuran validitas.

## D. Karakteristik Responden

Data mengenai karakteristik responden bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai pengunjung Dunia Fantasi yang didasarkan kepada penarikan sample sejumlah 95 orang yang diambil dengan tujuan memperkaya informasi yang ada. Pengolahan data menggunakan statistik deskriptif frekuensi untuk menggambarkan data dalam bentuk kuantitatif.

### D.1 Jenis Kelamin Responden



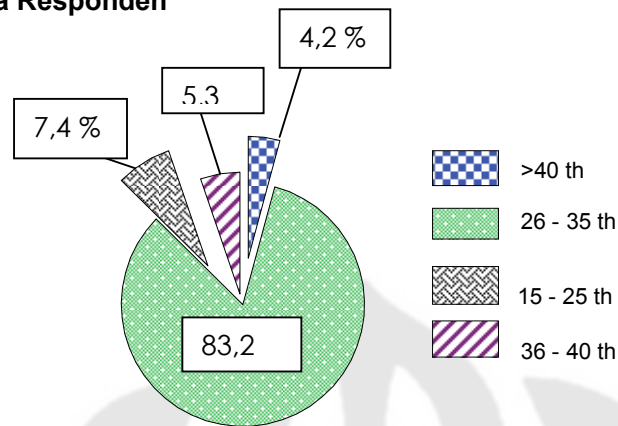
Gambar 4.1

Sebaran Jenis Kelamin Responden

Sumber : *output SPSS 15.00 for windows*

Berdasarkan diagram tersebut dapat dijelaskan bahwa dari 95 orang responden, mayoritas responden yang mengetahui adanya program promosi kupon potongan harga Dunia Fantasi adalah Wanita sebanyak 51,6 %, dan sisanya adalah responden Pria sebanyak 48,4 %. Identitas berdasarkan jenis kelamin ini digunakan untuk mengetahui seberapa banyak jumlah Pria dan Wanita yang menjadi responden dalam penelitian.

## D.2 Usia Responden



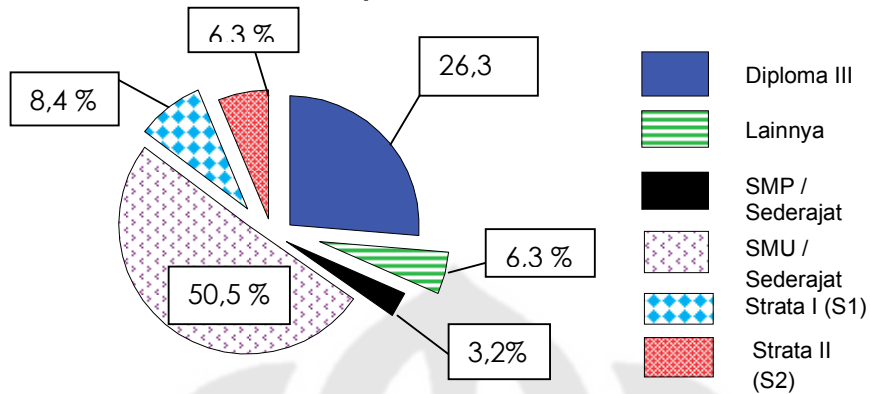
Gambar 4.2

Sebaran Usia Responden

Sumber : hasil olahan penulis

Berdasarkan diagram tersebut dapat dijelaskan bahwa dari 95 orang responden yang menjadi objek penelitian, mayoritas berada pada kelompok usia 15 – 25 tahun sebanyak 83,2 %, hal ini sesuai dengan segmen pengunjung Dunia Fantasi yaitu remaja dan keluarga, dan menurut pengamatan peneliti saat turun lapangan, sebagian besar pengunjung Dunia Fantasi, dan yang mengetahui adanya program promosi kupon potongan harga Dunia Fantasi adalah Remaja. Responden yang berada pada kelompok usia 26 – 35 tahun sebanyak 7,4 %. Terdapat 5,3 % Responden yang berada pada kelompok usia 36 – 40 tahun, sedangkan sisanya sebesar 4,2 % adalah responden yang berada pada kelompok usia > 40 tahun.

### D.3 Pendidikan Terakhir Responden



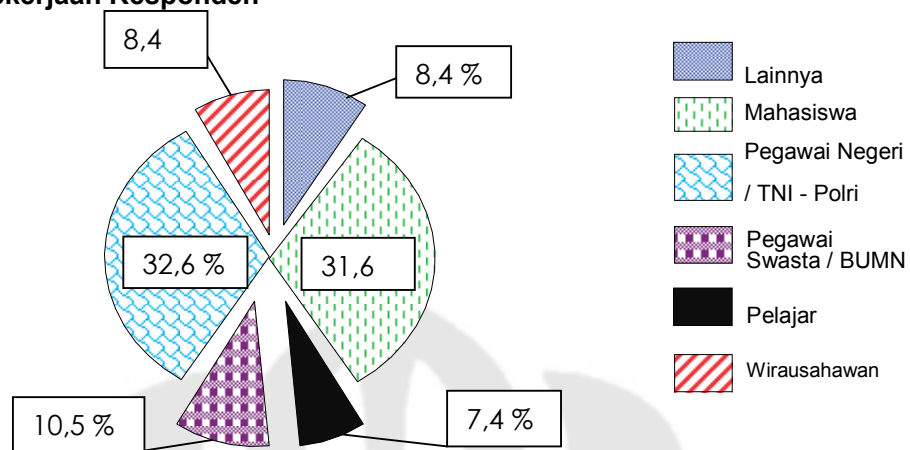
Gambar 4.3

Sebaran Pendidikan Terakhir Responden

Sumber : hasil olahan penulis

Berdasarkan diagram tersebut dapat dijelaskan bahwa dari 95 orang responden, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMU / Sederajat yaitu sebanyak 50,5 %, hal tersebut dikarenakan saat penulis melakukan pengamatan kebanyakan pengunjung Dunia Fantasi yang berkunjung pada bulan Mei 2008 saat dilakukannya penarikan sampel, dan yang mengetahui program promosi kupon potongan harga adalah anak muda yang baru selesai mengikuti Ujian Akhir Nasional SMU. Responden yang memiliki pendidikan terakhir Diploma III sebanyak 26,3 %. Sebanyak 3,2 % responden memiliki pendidikan terakhir SMP / Sederajat, sedangkan yang memiliki pendidikan terakhir S1 sebanyak 8,4 % responden. Responden yang memiliki pendidikan terakhir S2 sebanyak 6,3 %, dan sisanya yaitu 6,3 % dari keseluruhan total responden menjawab berpendidikan lainnya.

#### D.4 Pekerjaan Responden



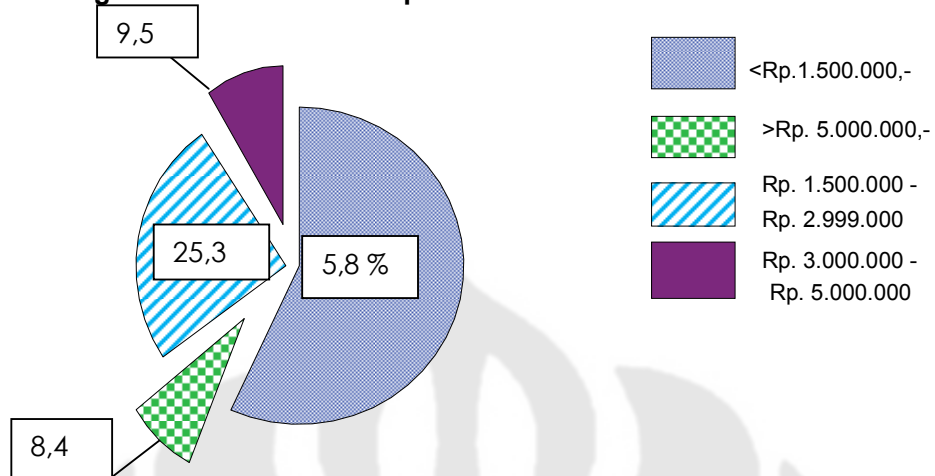
Gambar 4.4

Sebaran Pekerjaan Responden

Sumber : hasil olahan penulis

Berdasarkan diagram tersebut dapat dijelaskan bahwa dari 95 orang responden, yang berprofesi sebagai pelajar yaitu sebesar 32,6 % . Terdapat 31,6 % responden yang berprofesi sebagai mahasiswa. Responden yang berprofesi sebagai pegawai negeri / TNI – POLRI sebanyak 7,4 %, 10,5 % responden berprofesi sebagai pegawai swasta / BUMN. Sebanyak 8,4 % responden berprofesi sebagai wirausahawan, sedangkan sisanya juga sebanyak 8,4 % responden menjawab berprofesi lainnya.

#### D.5 Pengeluaran Per Bulan Responden



Gambar 4.5

Sebaran Pengeluaran Per Bulan Responden

Sumber : hasil olahan penulis

Berdasarkan diagram tersebut dapat dijelaskan bahwa dari 95 orang responden, mayoritas sebanyak 56,8 % orang memiliki pengeluaran per bulan <Rp. 1.500.000, hal ini dikarenakan mayoritas pengunjung Dunia Fantasi, dan yang mengetahui adanya program promosi kupon potongan harga, adalah Remaja yang sebagian besar belum bekerja sehingga pengeluaran per bulannya masih terbatas untuk kebutuhan pribadi, dan biaya hidup masih ditanggung oleh keluarga, dalam hal ini orangtua. Sehingga pengeluaran per bulannya belum sebesar responden yang sudah memiliki penghasilan sendiri. Terdapat 25,3 % responden yang memiliki pengeluaran per bulan sebesar Rp. 1.500.000 – Rp. 2.999.000,8, sedangkan 8,4 % responden memiliki pengeluaran

per bulan >Rp. 5.000.000, sisanya sebanyak 9,5 % responden memiliki pengeluaran per bulan sebesar Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000.

## E. Deskriptif Statistik

Deskriptif statistik digunakan untuk mengetahui letak rata – rata penilaian responden dan nilai yang paling banyak diberikan oleh responden atas pernyataan yang ada dalam kuisisioner. Pengukuran *mean* dan modus pada analisis variabel promosi penjualan mengukur 10 *item* pernyataan, sedangkan pada variabel minat beli mengukur 9 *item* pernyataan

### E.1 Analisis Deskriptif Statistik Variabel Promosi Penjualan

Tabel 4.10

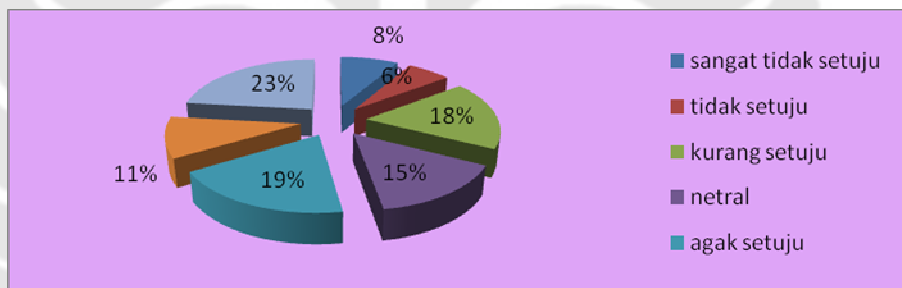
Nilai *Mean* dan modus per *item* pernyataan variabel promosi penjualan  
(N = 95)

No	<i>Item</i> Pernyataan	<i>Mean</i>	Modus	Kategori
1	Informasi kupon diskon terdapat di media massa pendukung	4,54	7	Cukup tinggi
2	Warna kupon diskon yang menarik	4,59	5	Cukup tinggi
3	Gambar kupon diskon yang menarik	4,55	5	Cukup tinggi
4	Desain kupon diskon yang menarik	4,64	6	Cukup tinggi
5	Informasi dalam kupon diskon Jelas	4,66	5	Cukup tinggi



6	Informasi dalam kupon diskon Lengkap	4,71	6	Cukup tinggi
7	Cara penukaran kupon diskon Mudah	4,75	4	Cukup tinggi
8	Dalam kupon diskon terdapat logo dan nama perusahaan	4,81	7	Cukup tinggi
9	Kupon diskon memiliki jangka waktu tertentu	4,72	5	Cukup tinggi
10	Kupon diskon memiliki persyaratan tertentu	5,18	6	Cukup tinggi

Sumber : hasil olahan penulis berdasarkan SPSS 15.00



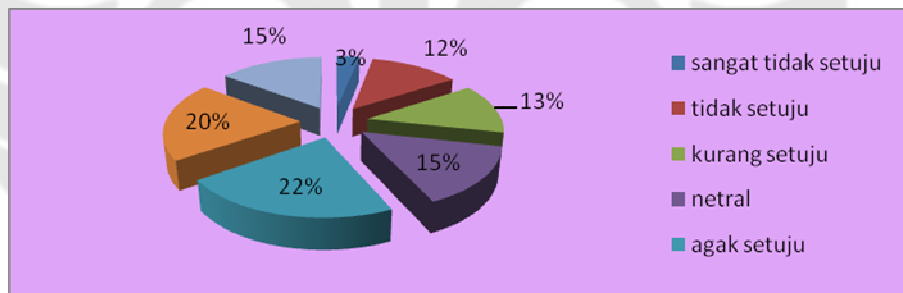
Gambar 4. 6

Jawaban responden pada indikator informasi kupon potongan harga terdapat di media massa pendukung

Sumber : hasil olahan penulis

Berdasarkan diagram tersebut diketahui dari bahwa dari 95 orang responden terdapat 23 % responden yang menyatakan sikap sangat setuju, 11 % responden setuju, 19 % responden agak setuju, 15 % responden bersikap netral, 18 % responden kurang setuju, 6 % responden tidak setuju, dan 8 % responden bersikap sangat tidak

setuju. Berarti mayoritas responden memberikan nilai tertinggi 7 atau sangat setuju dengan pernyataan Informasi kupon diskon terdapat di media massa pendukung. Rata – rata responden dari total keseluruhan 95 orang juga memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,54 pada pernyataan tersebut. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa media promosi yang digunakan seperti kupon yang terdapat dalam iklan di koran atau majalah, dan kupon yang dapat *download* atau dicetak lewat internet sudah tepat dalam hal pendistribusiannya, dan dalam mengkomunikasikan pesan promosinya kepada konsumen. Pemilihan media promosi lewat media massa seperti koran, majalah, dan internet ini digunakan karena jangkauannya yang luas, karena daya jangkau massanya luas maka respon konsumen dapat segera diketahui.



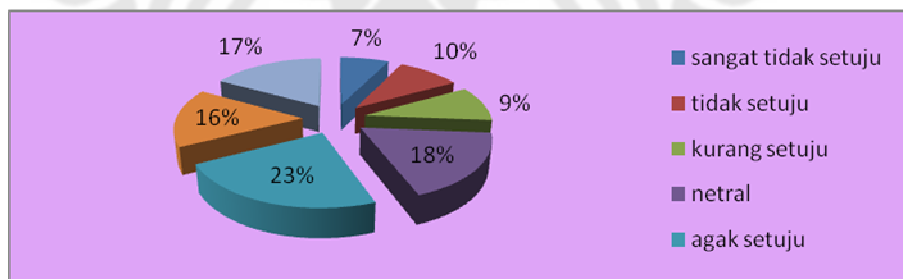
Gambar 4.7

Jawaban responden pada indikator dari segi warna kupon potongan harga Dufan menarik

Sumber : hasil olahan penulis

Pada indikator dari segi Warna kupon potongan harga Dunia Fantasi terlihat menarik sebanyak 15 % responden bersikap sangat setuju, 20 % responden setuju, 22 % agak setuju, 15 % bersikap netral, 13 %

kurang setuju, 12 % tidak setuju, dan hanya 3 % responden yang bersikap sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Berarti dari total keseluruhan 95 orang responden, kebanyakan memberikan nilai 5 atau bersikap agak setuju yaitu sejumlah 22 %. Rata – rata responden juga memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,59 terhadap pernyataan tersebut. Warna dapat memberikan efek psikologis kepada konsumen, penggunaan warna – warna yang cerah dan atraktif dapat menarik perhatian orang, efek inilah yang kemungkinan besar dapat mempengaruhi perhatian orang akan adanya promosi kupon potongan harga yang terdapat di media massa pendukung. Selain itu warna dapat menggambarkan “kepribadian” perusahaan, misalnya warna – warna cerah menggambarkan perusahaan yang dinamis, inovatif, moderenitas, dan mencerminkan kesan segar, ceria, dan gembira. Hal ini mengindikasikan bahwa spesifikasi kupon dari segi warna cukup mempengaruhi minat beli konsumen untuk memanfaatkan promosi kupon potongan harga tersebut.

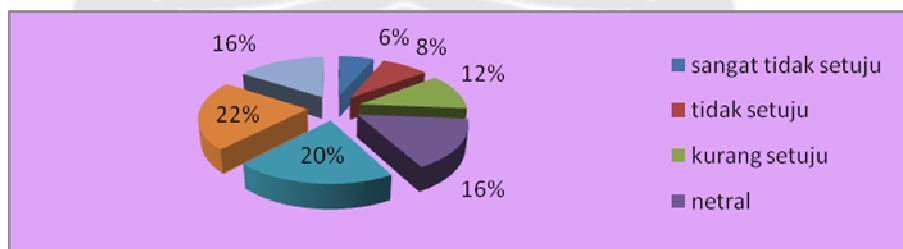


Gambar 4.8

Jawaban responden pada indikator dari segi gambar kupon potongan harga Dufan menarik

Sumber : hasil olahan penulis

Untuk indikator ketiga pada promosi penjualan, sebanyak 17 % responden bersikap sangat setuju, 16 % responden setuju, 23 % responden agak setuju, 18 % responden bersikap netral, 9 % responden kurang setuju, 10 % responden tidak setuju, dan 7 % responden sangat tidak setuju dengan pernyataan dari segi gambar kupon potongan harga Dufan menarik. Berarti nilai yang paling banyak diberikan oleh responden adalah 5 atau agak setuju dengan pernyataan tersebut. Rata – rata responden dari total 95 orang juga memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,55 terhadap pernyataan tersebut. Gambar yang terdapat dalam suatu media promosi pemasaran seperti kupon, seharusnya mengandung unsur rasional, emosional, dan moral yang dapat menggugah perasaan dan pikiran konsumen. Gambar yang unik dan atraktif dapat menarik perhatian orang, apalagi untuk media kupon yang hanya berbentuk selebar kertas, tentu dibutuhkan kreativitas untuk membuat kupon yang menarik perhatian orang. Dengan kata lain, spesifikasi *artwork* kupon seperti gambar cukup mempengaruhi minat beli konsumen untuk memanfaatkan promosi penjualan tersebut.

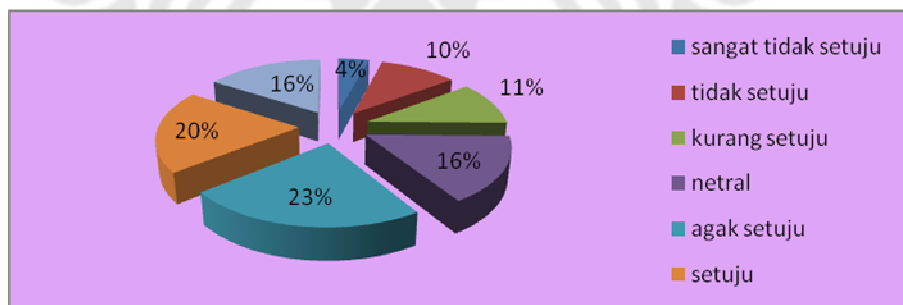


Gambar 4.9

Jawaban responden pada indikator dari segi desain kupon potongan harga Dufan menarik

Sumber : hasil olahan responden

Berdasarkan diagram tersebut diketahui dari bahwa dari 95 orang responden terdapat 16 % responden yang menyatakan sikap sangat setuju, 22 % responden setuju, 20 % responden agak setuju, 16 % responden bersikap netral, 12 % responden kurang setuju, 8 % responden tidak setuju, dan 6 % responden bersikap sangat tidak setuju. Berarti mayoritas responden memberikan nilai 6 atau setuju dengan pernyataan dari segi desain kupon potongan harga Dufan terlihat menarik. Berdasarkan diagram tersebut juga diketahui bahwa rata – rata responden dari total keseluruhan 95 orang memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,64 pada pernyataan dari segi Desain kupon potongan harga Dunia Fantasi terlihat menarik. Sebagaimana gambar dan warna, desain kupon juga menjadi bagian penting dari format media promosi yang digunakan. Salah satu bentuk desain adalah kata – kata yang informatif, bentuk kupon yang unik dan atraktif, dsb. Persyaratan desain kupon yang menarik juga turut mempengaruhi konsumen untuk tertarik pada promosi penjualan kupon potongan harga tersebut.

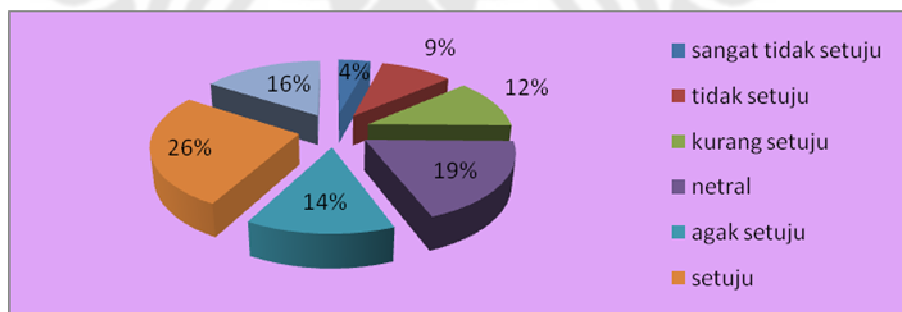


Gambar 4.10

Jawaban responden pada indikator informasi yang terdapat dalam kupon potongan harga Dufan jelas

Sumber : hasil olahan penulis

Pada indikator informasi yang terdapat dalam kupon potongan harga Dunia Fantasi jelas sebanyak 16 % responden bersikap sangat setuju, 20 % responden setuju, 23 % agak setuju, 16 % bersikap netral, 11 % kurang setuju, 10 % tidak setuju, dan hanya 4 % responden yang bersikap sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Berarti dari total keseluruhan 95 orang responden, kebanyakan memberikan nilai 5 atau bersikap agak setuju yaitu sejumlah 23 %. Pada pernyataan tersebut rata – rata responden juga memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,66 dari total keseluruhan 95 orang. Informasi yang jelas membuat konsumen dapat menangkap dan memahami pesan pemasaran yang terdapat dalam kupon potongan harga tersebut. Kejelasan informasi dalam hal besarnya jumlah potongan harga, masa berlakunya kupon, dan persyaratan lainnya cukup mempengaruhi minat beli konsumen agar tertarik memanfaatkan program promosi penjualan tersebut.

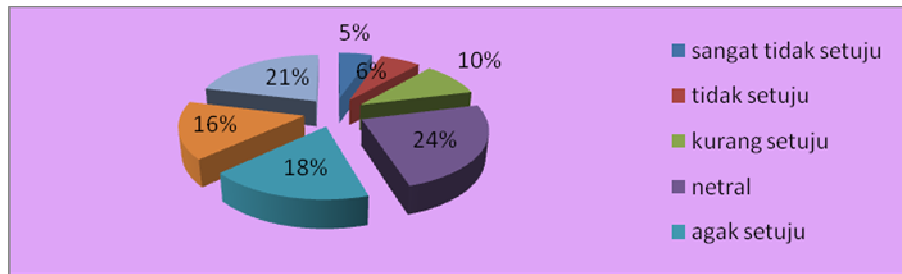


Gambar 4.11

Jawaban responden pada indikator informasi yang terdapat dalam kupon potongan harga Dufan lengkap.

Sumber : hasil olahan penulis

Untuk indikator keenam pada promosi penjualan, sebanyak 16 % responden bersikap sangat setuju, 26 % responden setuju, 14 % responden agak setuju, 19 % responden bersikap netral, 12 % responden kurang setuju, 9 % responden tidak setuju, dan 4 % responden sangat tidak setuju dengan pernyataan informasi yang terdapat dalam kupon potongan harga Dufan lengkap. Berarti nilai yang paling banyak diberikan oleh responden adalah 6 atau setuju dengan pernyataan tersebut. Rata – rata responden dari total 95 orang juga memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,71 kepada pernyataan tersebut. Kelengkapan informasi yang terdapat dalam kupon membantu meyakinkan konsumen dalam tahap pencarian informasi dan memunculkan minat beli, sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian. Kupon yang lengkap dari segi persyaratan dan jangka waktu berlakunya, besarnya jumlah potongan harga, hingga tercantumnya nama dan logo pihak perusahaan penyelenggara, sebagaimana halnya kejelasan informasi dalam kupon, dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen sebelum akhirnya memanfaatkan program promosi penjualan tersebut.



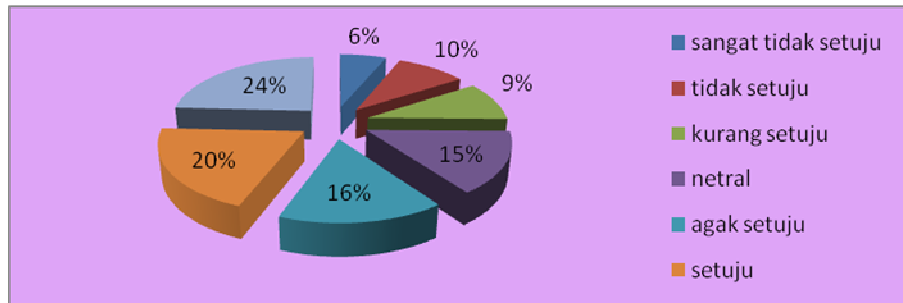
Gambar 4.12

Jawaban responden pada pernyataan cara penukaran kupon potongan harga Dufan mudah

Sumber : hasil olahan penulis

Berdasarkan diagram tersebut diketahui dari bahwa dari 95 orang responden terdapat 21 % responden yang menyatakan sikap sangat setuju, 16 % responden setuju, 18 % responden agak setuju, 24 % responden bersikap netral, 10 % responden kurang setuju, 6 % responden tidak setuju, dan 5 % responden bersikap sangat tidak setuju. Berarti mayoritas responden memberikan nilai 4 atau bersikap netral dengan pernyataan cara penukaran kupon potongan harga Dufan mudah. Berdasarkan tabel tersebut juga diketahui bahwa rata – rata responden dari total keseluruhan 95 orang memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,75 pada pernyataan cara penukaran kupon potongan harga Dunia Fantasi mudah. Cara penukaran kupon dengan hanya menyerahkan kupon tersebut saat membeli tiket masuk Dunia Fantasi dianggap memudahkan konsumen dalam hal penggunaanya. Kemudahan ini ternyata cukup menjadi pertimbangan bagi konsumen sebelum akhirnya timbul minat berkunjung ke Dunia Fantasi.





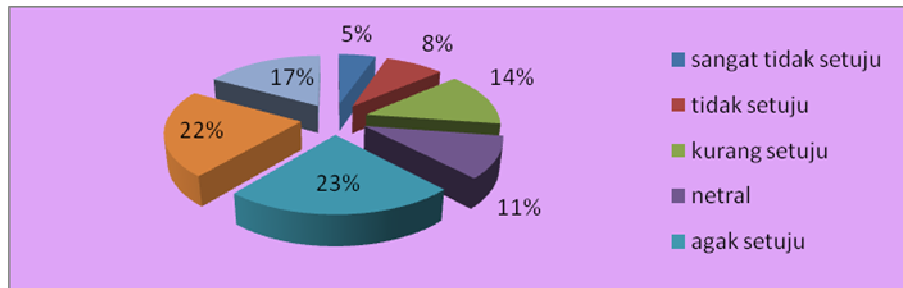
Gambar 4.13

Jawaban responden pada indikator terdapat nama dan logo perusahaan dalam kupon potongan harga Dufan

Sumber : hasil olahan penulis

Pada indikator dalam kupon potongan harga Dunia Fantasi terdapat nama dan logo perusahaan penyelenggara (dalam hal ini Ancol Jakarta Bay City) sebanyak 24 % responden bersikap sangat setuju, 20 % responden setuju, 16 % agak setuju, 15 % bersikap netral, 9 % kurang setuju, 10 % tidak setuju, dan hanya 6 % responden yang bersikap sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Berarti dari total keseluruhan 95 orang responden, kebanyakan memberikan nilai tertinggi 7 atau bersikap sangat setuju yaitu sejumlah 24 %. Pada pernyataan tersebut rata – rata responden juga memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,81 dari total keseluruhan 95 orang. Hal ini sesuai dengan wawancara kecil informal yang penulis lakukan terhadap responden saat penelitian berlangsung, dimana konsumen dalam memanfaatkan suatu program promosi terutama yang terdapat di media massa seperti koran atau majalah lebih merasa yakin dan percaya jika

di dalam kupon potongan harga tersebut tercantum nama dan logo perusahaan, yang merupakan sumber resmi.



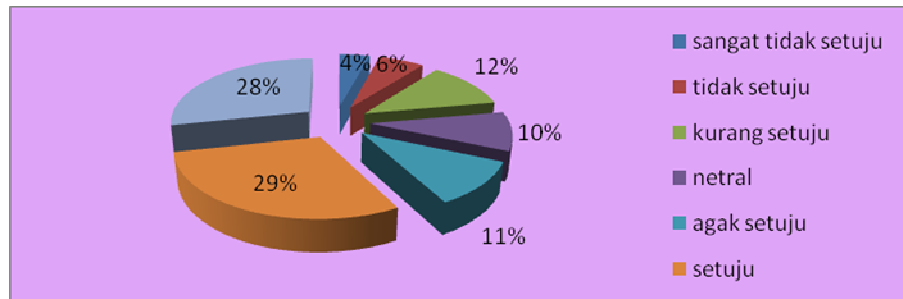
Gambar 4.14

Jawaban responden pada indikator kupon potongan harga Dufan memiliki jangka waktu / periode tertentu

Sumber : hasil olahan penulis

Untuk indikator ini, sebanyak 17 % responden bersikap sangat setuju, 22 % responden setuju, 23 % responden agak setuju, 11 % responden bersikap netral, 14 % responden kurang setuju, 8 % responden tidak setuju, dan 5 % responden sangat tidak setuju dengan pernyataan informasi yang terdapat dalam kupon potongan harga Dufan lengkap. Berarti nilai yang paling banyak diberikan oleh responden adalah 5 atau agak setuju dengan pernyataan tersebut. Rata – rata responden dari total 95 orang memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,72 kepada pernyataan kupon potongan harga Dunia Fantasi memiliki jangka waktu / periode tertentu (misalnya kupon berlaku dari bulan Januari hingga Februari 2008). Jangka waktu berlakunya kupon merupakan salah satu faktor yang dapat merangsang minat beli konsumen, Karena secara

psikologis konsumen yang tertarik merasa harus secepatnya memanfaatkan promosi tersebut sebelum jangka waktunya berakhir.



Gambar 4.15

Jawaban responden pada indikator kupon potongan harga Dufan memiliki persyaratan tertentu

Sumber : hasil olahan penulis

Berdasarkan diagram tersebut diketahui dari bahwa dari 95 orang responden terdapat 25 % responden yang menyatakan sikap sangat setuju, 29 % responden setuju, 11 % responden agak setuju, 10 % responden bersikap netral, 12 % responden kurang setuju, 6 % responden tidak setuju, dan 4 % responden bersikap sangat tidak setuju. Berarti mayoritas responden memberikan nilai 6 atau setuju dengan pernyataan kupon potongan harga Dufan memiliki persyaratan tertentu (misalnya, berlaku kupon fotokopi, dsb). Berdasarkan tabel tersebut juga diketahui bahwa rata – rata responden dari total keseluruhan 95 orang memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 5,18 pada pernyataan tersebut. Sebelum munculnya minat beli, dalam tahap pencarian informasi konsumen terlebih dahulu meneliti informasi yang didapatkan, apakah informasi tersebut dapat menarik ataupun

memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Adanya persyaratan dalam kupon yang cenderung menguntungkan dan memudahkan konsumen seperti berlakunya kupon yang difotokopi ternyata mampu menimbulkan ketertarikan dan minat orang untuk berkunjung ke Dunia Fantasi.

Berdasarkan hasil yang terdapat pada tabel tersebut, secara keseluruhan dapat dilihat bahwa *item* pernyataan yang memiliki nilai *mean* tertinggi adalah “kupon potongan harga Dunia Fantasi memiliki persyaratan tertentu (misalnya, berlaku kupon fotokopi, dsb)” sebesar 5,18. Nilai yang termasuk dalam kategori cukup tinggi ini menjelaskan bahwa sebagian besar responden mengetahui persyaratan yang berlaku dalam kupon potongan harga DuFan. Persyaratan tersebut seperti telah dijelaskan sebelumnya cukup menguntungkan dan memudahkan konsumen, contohnya berlaku kupon yang difotokopi. Tentu hal tersebut menjadi salah satu faktor yang dapat menimbulkan ketertarikan dan minat beli konsumen.

Pada tabel tersebut juga dapat dilihat bahwa *item* pernyataan yang memiliki nilai *mean* terendah adalah “kupon potongan harga DuFan terdapat di media massa pendukung”, yaitu sebesar 4,54. Walaupun nilainya terendah, tetapi masih termasuk dalam kategori cukup tinggi. Selain itu frekuensi nilai yang paling banyak diberikan responden adalah 7 atau kebanyakan responden berpendapat sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini seperti telah dijelaskan sebelumnya, membuktikan bahwa media promosi yang digunakan seperti koran,

majalah, dan internet sudah tepat dalam hal pendistribusiannya, pemilihan media promosi, dan dalam mengkomunikasikan pesan promosi yang terdapat dalam kupon potongan harga tersebut kepada konsumen.

### B.1 Analisis Deskriptif Statistik Variabel Minat Beli

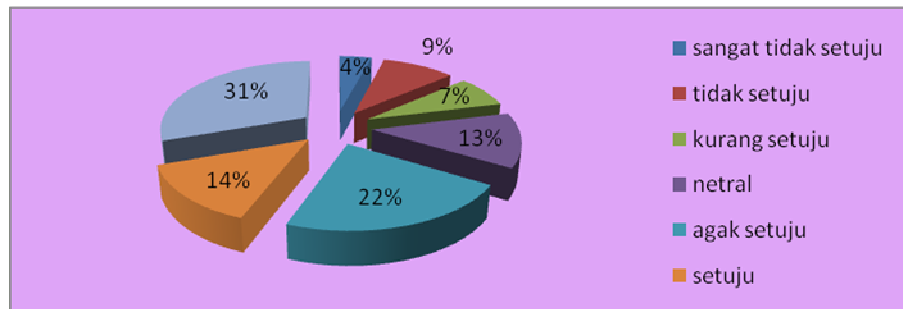
Tabel 4.11

Nilai Mean per indikator variabel minat beli (N = 95)

No	Item Pernyataan	Mean	Modus	Kategori
1	Tertarik dengan promosi kupon diskon	5,02	7	Cukup tinggi
2	Menyukai adanya promosi kupon diskon	5,05	7	Cukup tinggi
3	Memperhatikan adanya promosi kupon diskon	3,96	3	Cukup
4	memilih berkunjung ke DuFan saat ada promosi kupon diskon	4,84	7	Cukup tinggi
5	memilih berkunjung ke DuFan saat ada promosi kupon diskon, Dibandingkan ke tempat hiburan lain	4,57	7	Cukup tinggi
6	merasa Yakin kalau harga tiket Murah saat ada promosi kupon diskon	4,69	6	Cukup tinggi
7	merasa mendapatkan Keuntungan saat ada promosi kupon diskon	4,74	7	Cukup tinggi
8	Terpengaruh dengan promosi kupon diskon	4,79	5	Cukup tinggi

9	Berminat pergi ke DuFan saat ada promosi kupon diskon	4,51	7	Cukup tinggi
---	---	------	---	--------------

Sumber : hasil olahan penulis berdasarkan SPSS 15.00



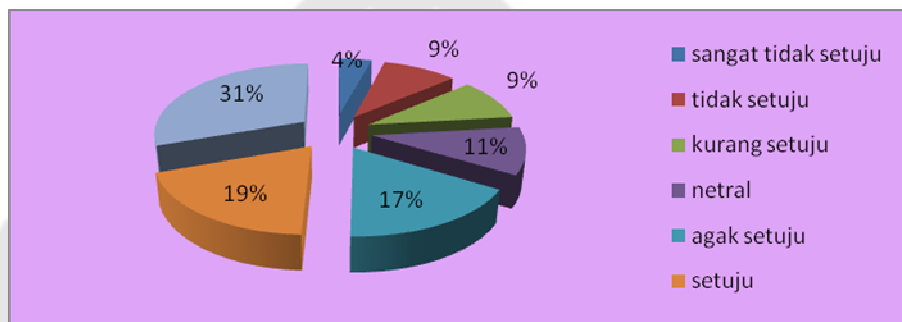
Gambar 4.16

Jawaban responden pada indikator tertarik dengan promosi kupon potongan harga Dufan

Sumber : hasil olahan penulis

Berdasarkan diagram tersebut diketahui dari bahwa dari 95 orang responden terdapat 31 % responden yang menyatakan sikap sangat setuju, 14 % responden setuju, 22 % responden agak setuju, 13 % responden bersikap netral, 7 % responden kurang setuju, 9 % responden tidak setuju, dan 4 % responden bersikap sangat tidak setuju. Berarti mayoritas responden memberikan nilai tertinggi 7 atau sangat setuju dengan pernyataan saya tertarik dengan program promosi kupon potongan harga Dunia Fantasi. Berdasarkan diagram tersebut juga diketahui bahwa rata – rata responden dari total keseluruhan 95 orang memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 5,02 pada pernyataan

tersebut. Ketertarikan konsumen terhadap promosi kupon potongan harga ini bisa disebabkan format kupon yang menarik, ataupun informasi yang dianggap penting dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen. Apalagi bila informasi yang terdapat dalam media promosi tersebut berupa promosi harga dalam bentuk kupon potongan harga, jelas dapat menarik perhatian dan minat beli konsumen.



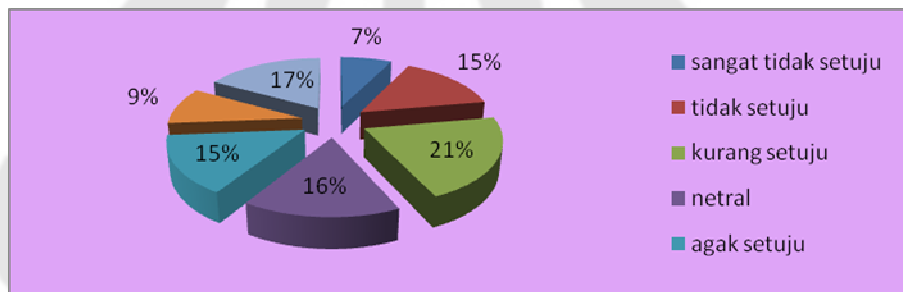
Gambar 4.17

Jawaban responden pada indikator menyukai promosi kupon potongan harga Dufan

Sumber : hasil olahan penulis

Pada indikator saya menyukai promosi kupon potongan harga Dufan sebanyak 31 % responden bersikap sangat setuju, 19 % responden setuju, 17 % agak setuju, 11 % bersikap netral, 9 % kurang setuju, 9 % tidak setuju, dan hanya 4 % responden yang bersikap sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Berarti dari total keseluruhan 95 orang responden, kebanyakan memberikan nilai tertinggi 7 atau bersikap sangat setuju dengan pernyataan yaitu sejumlah 31 %. Pada pernyataan tersebut rata – rata responden juga memberikan nilai yang

cukup tinggi yaitu 5,05 dari total keseluruhan 95 orang. Seperti halnya pernyataan sebelumnya yaitu tertarik dengan promosi kupon diskon, setiap orang menyukai harga murah, hal itu menjelaskan mengapa sebagian besar responden rata – rata memberikan nilai tinggi pada pernyataan tersebut. Berarti program promosi penjualan berbentuk kupon potongan harga ini berhasil disukai oleh konsumen dan turut mempengaruhi minat orang berkunjung ke Dunia Fantasi.



Gambar 4.18

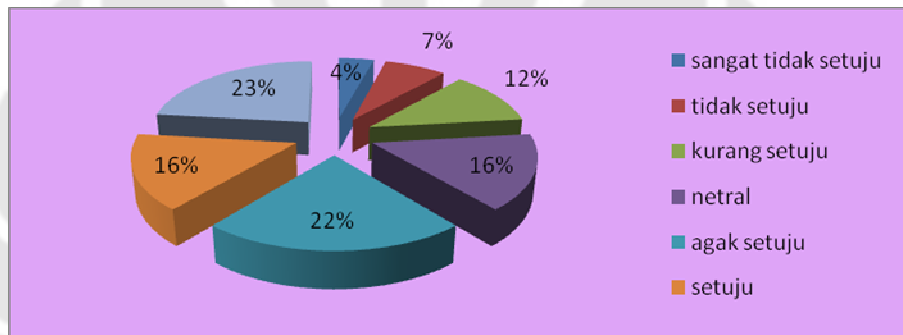
Jawaban responden pada indikator memperhatikan adanya promosi kupon potongan harga Dufan

Sumber : hasil olahan penulis

Untuk indikator ketiga pada minat beli, sebanyak 17 % responden bersikap sangat setuju, 9 % responden setuju, 15 % responden agak setuju, 16 % responden bersikap netral, 21 % responden kurang setuju, 15 % responden tidak setuju, dan 7 % responden sangat tidak setuju dengan pernyataan dari segi gambar kupon potongan harga Dufan menarik. Berarti nilai yang paling banyak diberikan oleh responden adalah 3 atau kurang setuju dengan pernyataan tersebut. Rata – rata responden dari total 95 orang memberikan nilai yang cukup yaitu 3,96



kepada pernyataan saya memperhatikan adanya program promosi kupon potongan harga Dunia Fantasi. Motivasi konsumen yang tertarik dan menyukai promosi penjualan dalam bentuk kupon potongan harga memiliki berbagai alasan, seperti harga murah yang menguntungkan, dsb, tetapi mereka belum tentu memperhatikan dengan lebih seksama adanya program promosi tersebut, hal ini menjelaskan mengapa rata - rata responden memberikan nilai yang paling rendah yaitu 3,96 dibandingkan rata – rata kesembilan *item* pernyataan lainnya.



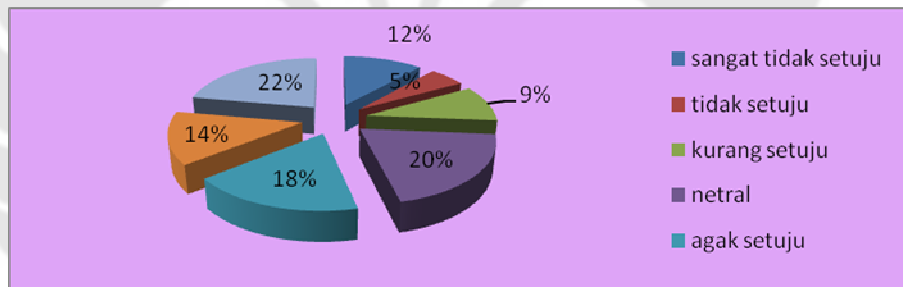
Gambar 4.19

Jawaban responden pada indikator lebih memilih berkunjung ke Dufan saat ada promosi kupon potongan harga

Sumber : hasil olahan penulis

Berdasarkan diagram tersebut diketahui dari bahwa dari 95 orang responden terdapat 23 % responden yang menyatakan sikap sangat setuju, 16 % responden setuju, 22 % responden agak setuju, 16 % responden bersikap netral, 12 % responden kurang setuju, 7 % responden tidak setuju, dan 4 % responden bersikap sangat tidak setuju. Berarti mayoritas responden memberikan nilai 5 atau agak

setuju dengan pernyataan lebih memilih berkunjung ke Dufan saat ada promosi kupon potongan harga. Berdasarkan tabel tersebut juga diketahui bahwa rata – rata responden dari total keseluruhan 95 orang memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,84 pada pernyataan saya lebih memilih berkunjung ke Dunia Fantasi saat ada program promosi kupon potongan harga. Dari hasil tersebut sekali lagi membuktikan bahwa orang cenderung memilih berkunjung ke Dunia Fantasi saat ada promosi kupon potongan harga karena berangapan dengan harga tiket masuknya yang relatif mahal, tentu sangat menguntungkan apabila dapat berkunjung dengan membayar tiket masuk di bawah harga normal.



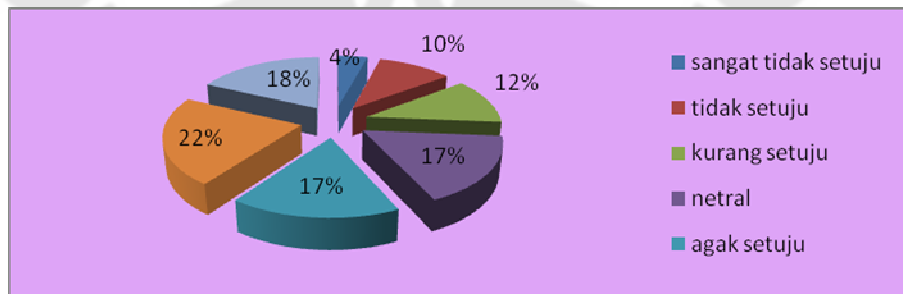
Gambar 4.20

Jawaban responden pada indikator lebih memilih berkunjung ke Dufan saat ada promosi kupon potongan harga dibandingkan berkunjung ke tempat hiburan lain

Sumber : hasil olahan penulis

Pada pernyataan saya lebih memilih berkunjung ke Dunia Fantasi saat ada program promosi kupon potongan harga dibandingkan berkunjung ke tempat hiburan lain sebanyak 22 % responden bersikap sangat

setuju, 14 % responden setuju, 18 % agak setuju, 20 % bersikap netral, 9 % kurang setuju, 5 % tidak setuju, dan 12 % responden bersikap sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Berarti dari total keseluruhan 95 orang responden, kebanyakan memberikan nilai tertinggi 7 atau bersikap sangat setuju yaitu sejumlah 22 %. Rata – rata responden juga memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,57 dari total keseluruhan 95 orang. Sebagai salah satu tujuan wisata utama di Jakarta dengan segala keunikan dan fasilitas yang ditawarkan, ditambah harga tiket masuk yang lebih murah dibandingkan harga normalnya, orang cenderung lebih memilih berkunjung ke Dunia Fantasi saat ada promosi kupon potongan harga dibandingkan ke tempat hiburan lain. Pilihan tersebut kemungkinan besar disebabkan anggapan konsumen bahwa berkunjung ke Dunia Fantasi lebih menawarkan banyak keuntungan serta pengalaman menyenangkan dan berkesan dibandingkan tempat hiburan lain.



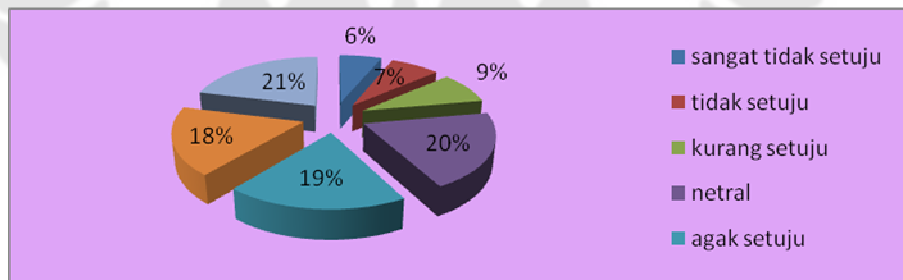
Gambar 4.21

Jawaban responden pada indikator merasa yakin kalau harga tiket kunjungan murah saat ada program promosi kupon potongan harga

Dufan

Sumber : hasil olahan penulis

Untuk indikator keenam pada minat beli, sebanyak 18 % responden bersikap sangat setuju, 22 % responden setuju, 17 % responden agak setuju, 17 % responden bersikap netral, 12 % responden kurang setuju, 10 % responden tidak setuju, dan 4 % responden sangat tidak setuju dengan pernyataan merasa yakin kalau harga tiket kunjungan murah saat ada program promosi kupon potongan harga Dufan. Berarti nilai yang paling banyak diberikan oleh responden adalah 6 atau setuju dengan pernyataan tersebut. Rata – rata responden dari total 95 orang juga memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,69 kepada pernyataan tersebut. Dibandingkan harga normalnya apabila konsumen menggunakan kupon potongan harga, harga tiket masuk yang telah didiskon menjadi lebih murah. Perbandingan harga ini menjelaskan mengapa sebagian besar responden merasa yakin kalau harga tiket murah saat ada program promosi penjualan tersebut.

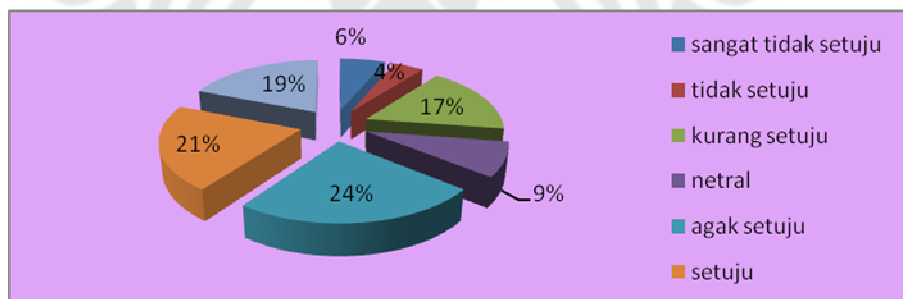


Gambar 4.22

Jawaban responden pada indikator merasa mendapatkan keuntungan saat ada promosi kupon potongan harga Dufan

Sumber : hasil olahan penulis

Berdasarkan diagram tersebut diketahui dari bahwa dari 95 orang responden terdapat 21 % responden yang menyatakan sikap sangat setuju, 18 % responden setuju, 19 % responden agak setuju, 20 % responden bersikap netral, 9 % responden kurang setuju, 7 % responden tidak setuju, dan 6 % responden bersikap sangat tidak setuju. Berarti mayoritas responden memberikan nilai 7 atau bersikap sangat setuju dengan pernyataan saya merasa mendapatkan keuntungan saat ada promosi kupon potongan harga Dufan. Berdasarkan tabel tersebut juga diketahui bahwa rata – rata responden dari total keseluruhan 95 orang memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,74 pada pernyataan tersebut. Keuntungan tersebut selain dari segi harga, juga dari berbagai macam hadiah yang biasanya juga ikut diberikan seperti pada program kupon potongan harga yang diadakan pada bulan Februari 2008, dimana harga tiket masuk Dufan hanya Rp. 40.000 ditambah adanya undian berhadiah seribu *handphone* bagi pengunjung.

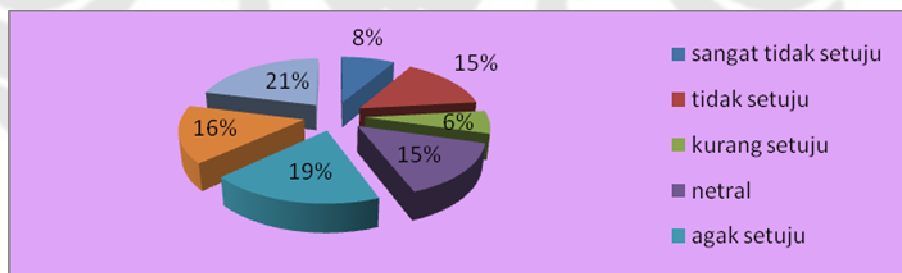


Gambar 4.23

Jawaban responden pada indikator terpengaruh dengan program promosi kupon potongan harga Dufan

Sumber : hasil olahan penulis

Pada indikator saya terpengaruh dengan program promosi kupon potongan harga Dufan sebanyak 19 % responden bersikap sangat setuju, 21 % responden setuju, 24 % agak setuju, 9 % bersikap netral, 17 % kurang setuju, 4 % tidak setuju, dan hanya 6 % responden yang bersikap sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Berarti dari total keseluruhan 95 orang responden, kebanyakan memberikan nilai tertinggi 5 atau bersikap agak setuju yaitu sejumlah 24 %. Pada pernyataan tersebut rata – rata responden juga memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,79 dari total keseluruhan 95 orang. Hasil ini mengindikasikan bahwa strategi promosi penjualan dalam bentuk kupon potongan harga yang dilakukan Dunia Fantasi dalam rangka meningkatkan volume kunjungan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.



Gambar 4.24

Jawaban responden pada indikator berminat pergi berkunjung ke Dufan saat ada promosi kupon potongan harga

Sumber : hasil olahan penulis

Untuk indikator ini, sebanyak 21 % rsponden bersikap sangat setuju, 16 % responden setuju, 19 % responden agak setuju, 15 % responden

bersikap netral, 6 % responden kurang setuju, 15 % responden tidak setuju, dan 8 % responden sangat tidak setuju dengan pernyataan saya berminat pergi berkunjung ke Dunia Fantasi saat ada program promosi kupon potongan harga. Berarti nilai yang paling banyak diberikan oleh responden adalah 7 atau sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Rata – rata responden dari total 95 orang juga memberikan nilai yang cukup tinggi yaitu 4,51 kepada pernyataan itu. Berdasarkan hasil tersebut berarti strategi promosi penjualan yang dilakukan Dunia Fantasi cukup berhasil dalam mempengaruhi minat beli konsumen, dan hal ini dibuktikan saat program promosi terakhir berlangsung pada bulan Februari 2008 ditambah adanya wahana baru Tornado dan *Extreme Log*, membuat banyak orang berminat berkunjung ke Dunia Fantasi.

Berdasarkan hasil yang terdapat pada tabel tersebut, secara keseluruhan dapat dilihat bahwa *item* pernyataan yang memiliki nilai *mean* tertinggi adalah “saya menyukai adanya program promosi kupon potongan harga Dunia Fantasi” sebesar 5,05. Nilai yang termasuk dalam kategori cukup tinggi ini sekali lagi menjelaskan bahwa setiap orang, sesuai dengan 10 karakteristik konsumen Indonesia yang dikemukakan oleh Handy Irawan, menyukai harga murah. Promosi penjualan berupa kupon potongan harga ini dilaksanakan untuk memberikan kesempatan bagi konsumen yang selama ini menganggap bahwa tiket masuk DuFan mahal, dan ternyata strategi pemasaran ini cukup berhasil direspon secara positif oleh konsumen.

Pada tabel tersebut juga dapat dilihat bahwa *item* pernyataan yang memiliki nilai *mean* terendah adalah “saya memperhatikan adanya program promosi kupon potongan harga Dunia Fantasi” sebesar 3,96. Selain itu, Frekuensi nilai yang paling banyak diberikan oleh responden adalah nilai 3. Hasil nilai yang rendah ini sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, mengindikasikan bahwa motivasi konsumen yang tertarik dan menyukai promosi penjualan dalam bentuk kupon potongan harga memiliki berbagai alasan, seperti harga murah yang menguntungkan, dsb, tetapi mereka belum tentu memperhatikan dengan lebih seksama adanya program promosi tersebut.

#### **F. Implikasi Manajerial**

Seiring membaiknya perekonomian Indonesia, daya beli masyarakat pun meningkat, termasuk anggaran yang dikeluarkan untuk berwisata. Dalam rangka merespon peluang tersebut perusahaan merancang suatu strategi pemasaran yang dianggap tepat dan efektif dalam mempengaruhi persepsi konsumen, khususnya strategi berpromosi. Strategi promosi yang sering dianggap mampu memberikan efek cepat dan reaktif dalam mempengaruhi persepsi dan menarik minat beli konsumen, sekaligus meningkatkan volume penjualan adalah promosi penjualan (*sales promotion*). Dunia Fantasi adalah perusahaan yang menggunakan strategi promosi penjualan dalam bentuk kupon potongan harga untuk menarik konsumen datang berkunjung.

Hasil dari penelitian tentang persepsi konsumen terhadap kegiatan promosi penjualan (kupon potongan harga) studi pada Dunia Fantasi – Ancol



menunjukkan bahwa sebagian besar responden menunjukkan persepsi yang baik terhadap pelaksanaan kegiatan promosi penjualan yang dilakukan, dalam setiap indikatornya. Persepsi yang positif tersebut ditunjukkan dengan nilai *Mean* tiap indikatornya yang mayoritas termasuk dalam kategori cukup tinggi.

Berdasarkan hal tersebut, implikasi manajerial bagi pihak manajemen Dunia Fantasi adalah dapat terus mempertahankan strategi promosi penjualan dalam bentuk kupon potongan harga sebagai strategi pemasarannya. Sebagai salah satu bisnis jasa terutama jasa hiburan, Dunia Fantasi harus tetap memperhatikan pengelolaan jasa secara menyeluruh dalam proses manajemennya dan melakukan strategi pemasaran yang lebih komprehensif dan tepat, dalam rangka meningkatkan volume kunjungan para wisatawan. Selain itu, manajemen Dunia Fantasi diharapkan dapat mencari cara untuk menjaga agar strategi promosi penjualan yang diterapkan tidak mencapai anti klimaks serta dapat mempertahankan posisi sebagai salah satu tujuan wisata utama di Jakarta, dan tempat wisata yang paling banyak dikunjungi di wilayah wisata terpadu Ancol Jakarta *Bay City*.