

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP *AWARENESS PAIRING*
NEW WORLD CIGAR DAN *WHISKY* DI CLUB MACANUDO
JAKARTA**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Terapan**



**Oleh :
Yudha Prastyanta
21700061**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP *AWARENESS PAIRING*
NEW WORLD CIGAR DAN *WHISKY* DI CLUB MACANUDO
JAKARTA**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Terapan**



**Oleh :
Yudha Prastyanta
21700061**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Promosi Terhadap *Awareness Pairing New*
World Cigar dan *Whisky* di Club Macanudo Jakarta

Penulis : Yudha Prastyanta

NIM : 21700061

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat, tanggal 25 Juli 2025

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.
NIP. 198605092019032011

Anggota 1



Asriadi Masnar, S.Gz., M.Sc.
NIP. 198709082019031006

Anggota 2



Anindita Budi Astuti, S.E., M.M.
NIP. 198103052008122001



Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata

Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.
NIP. 198605092019032011

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Promosi terhadap Awareness Pairing Cigar
dan Whisky di Club Macanudo Jakarta

Penulis : Yudha Prastyanta

NIM : 21700061

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 1 Juli 2025.

Dosen Pembimbing 1



Anindita Budi Astuti, SE., MM.
NIP. 198103052008122001

Dosen Pembimbing 2



Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc.
NIP. 198402032019031005

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan



Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M.
NIP. 198809082022032008

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yudha Prastyanta
NIM : 21700061
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“Pengaruh Promosi Terhadap Awareness Pairing New World Cigar dan Whisky Di Club Macanudo Jakarta”

adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Jakarta, 1 Juli 2025

Yang menyatakan,



Yudha Prastyanta
NIM. 21700061

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yudha Prastyanta
NIM : 21700061
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Promosi Terhadap Awareness Pairing New World Cigar dan Whisky Di Club Macanudo Jakarta”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 1 Juli 2025

Yang menyatakan,



Yudha Prastyanta
NIM. 21700061

ABSTRACT

Promotion is a major factor in determining customer awareness, particularly in sectors like whisky and cigars that have an exclusive image. As part of its integrated marketing strategy, Club Macanudo Jakarta, a high-end cigar lounge, launched a New world Cigar and whisky match. However, empirical validation is still needed to determine how effective this strategy is at increasing customer awareness. The purpose of this study is to ascertain the degree of consumer awareness and promotion, as well as the impact of promotion on knowledge about cigar and whiskey pairing at Club Macanudo Jakarta. The study used a survey design and a quantitative explanatory technique. The sample consisted of 90 respondents in total, and structured questionnaires were used to gather data. With the use of SPSS, simple linear regression was used to analyze the data. With a significance value of 0.000 and a coefficient of determination (R^2) of 0.412, the results show that promotion significantly affects awareness. These findings support the study's hypothesis that promotion has a major impact on people's knowledge of cigar and whisky combination. In addition to providing empirical insights into the marketing of luxury goods, this study validates earlier research findings and advances the idea of integrated marketing communication.

Key Words : Promotion, Awareness, Cigar, Whisky

ABSTRAK

Promosi memiliki peranan penting dalam membangun *awareness* konsumen terhadap produk, terutama pada industri dengan karakteristik eksklusif seperti *cigar* dan *whisky*. Club Macanudo Jakarta sebagai lounge premium meluncurkan *pairing* antara *New world Cigar* dan *whisky* sebagai bentuk promosi terpadu, namun efektivitasnya terhadap peningkatan *awareness* konsumen masih harus dilakukan adanya penelitian yang berlanjut. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu guna mengetahui tingkat promosi dan *awareness* konsumen di Club Macanudo Jakarta, serta menguji pengaruh promosi terhadap *awareness pairing cigar* dan *whisky*. Metode kuantitatif deskriptif digunakan, dan sembilan puluh responden diambil melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dilaksanakan dengan menerapkan regresi linear sederhana menggunakan SPSS. Dengan koefisien determinasi (R^2) sebanyak 0,412 serta nilai signifikansi 0,000, penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan pada *pairing awareness*. Maka dari itu, hipotesis penelitian ini diterima, yaitu promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *awareness pairing cigar* dan *whisky* di Club Macanudo Jakarta. Selain memberikan kontribusi empiris untuk promosi produk premium, penelitian ini mendukung teori komunikasi pemasaran terpadu dan temuan penelitian sebelumnya.

Kata Kunci : Promosi, Awareness, Cigar, Whisky

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Terhadap *Awareness Pairing* New World Cigar dan *Whisky* di Club Macanudo Jakarta”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S.Tr.Par. pada program Diploma IV (D4) Jurusan Pariwisata, Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta Tahun Akademik 2024/2025.

Penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada orang tua yang telah mendukung penuh di setiap perkuliahan dari awal hingga akhir. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan Skripsi ini :

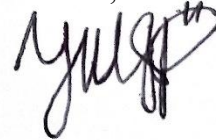
1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M., selaku Kepala Jurusan Pariwisata.
4. Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata.
5. Fristi Bellia Annishia, S.KM., M.Par., M.M., selaku Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
6. Anindita Budi Astuti, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing 1 selama tugas akhir.
7. Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing 2 selama tugas akhir.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membimbing dan mengajari penulis selama ini.
9. Putri Sri Rahmawani, selaku staf administrasi Program Studi Pengelolaan Perhotelan yang telah melayani dan mengarahkan penulis selama berkuliah di Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
10. Kepada kedua orang tua saya, yang sudah bertanggung jawab atas pendidikan dan hidup saya selama ini.

11. Kepada Ester Fitria Nova, yang telah mendampingi, membantu, dan memotivasi saya selama berkuliah di Politeknik Negeri Jakarta sekaligus selama penyusunan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan semoga dapat memberi manfaat informasi dan pengalaman bagi setiap pembaca. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun sebagai bekal penulis di masa mendatang. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada seluruh pihak yang terkait.

Jakarta, 1 Juli 2025

Penulis,



Yudha Prastyanta

NIM. 21700061

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Kajian Teori.....	6
B. Hasil Penelitian yang Relevan	9
C. Kerangka Berpikir.....	10
D. Hipotesis Penelitian.....	10
BAB III METODE PENELITIAN	11
A. Jenis Atau Desain Penelitian	11
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	11
C. Populasi dan Sampel Penelitian	12
D. Definisi Operasional Variabel	13

E. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data	14
F. Validitas dan Realibilitas Instrumen	18
G. Teknik Analisis Data	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
A. Hasil Penelitian	24
B. Pembahasan.....	54
C. Keterbatasan Penelitian.....	59
BAB V PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Implikasi.....	61
C. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Periode Juni – November 2024	2
Gambar 1.2 Total Penjualan <i>Cuban Cigar</i> dan <i>New World Cigar</i>	3
Gambar 4.1 <i>Flyer</i> Promosi <i>Pairinng New World Cigar</i> dan <i>Whisky</i> di Club Macanudo Jakarta.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel.....	14
Tabel 3.2 Skala Likert	15
Tabel 3.3 Indikator dan Pernyataan Kuisisioner	15
Tabel 3.4 Hasil Uji Validasi Variabel Promosi (X) SPSS	19
Tabel 3.5 Hasil Uji Validasi Variabel Awareness (Y) SPSS.....	20
Tabel 3.6 Hasil Uji Realibilitas	21
Tabel 3.7 Kategori Interval Kelas	22
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	24
Tabel 4.2 Tingkat Ketergantungan responden Meminum Whisky.....	24
Tabel 4.3 Tingkat Ketergantungan Responden Menghisap Cigar.....	25
Tabel 4.4 Tabel Indikator Advertising Pernyataan 1	26
Tabel 4.5 Indikator Advertising Pernyataan 2	27
Tabel 4.6 Indikator Advertising Pernyataan 3	27
Tabel 4.7 Tabel Indikator Direct marketing Pernyataan 1	28
Tabel 4.8 Tabel Indikator Direct marketing Pernyataan 2	29
Tabel 4.9 Indikator Direct marketing Pernyataan 3	29
Tabel 4.10 Indikator Interactive marketing Pernyataan 1	30
Tabel 4.11 Indikator Interactive marketing Pernyataan 2	31
Tabel 4.12 Indikator Interactive marketing Pernyataan 3	32
Tabel 4.13 Indikator Sales promotion Pernyataan 1	32
Tabel 4.14 Indikator Sales promotion Pernyataan 2	33
Tabel 4.15 Indikator Sales promotion Pernyataan 3	34
Tabel 4.16 Indikator Publicity Pernyataan 1	35
Tabel 4.17 Indikator Publicity Pernyataan 2	35
Tabel 4.18 Indikator Publicity Pernyataan 3	36
Tabel 4.19 Indikator Personal selling Pernyataan 1	37
Tabel 4.20 Indikator Personal selling Pernyataan 2	37
Tabel 4.21 Indikator Personal selling Pernyataan 3	38
Tabel 4.22 Rekapitulasi Uji Deskriptif Statistik Variabel Promosi	39

Tabel 4.23 Indikator Brand Recall Pernyataan 1	40
Tabel 4.24 Indikator Brand Recall Pernyataan 2	41
Tabel 4.25 Indikator Brand Recall Pernyataan 3	41
Tabel 4.26 Indikator Brand Reconition Pernyataan 1	42
Tabel 4.27 Indikator Brand Reconition Pernyataan 2	43
Tabel 4.28 Indikator Brand Reconition Pernyataan 3	43
Tabel 4.29 Indikator Top of Mind Awareness Pernyataan 1	44
Tabel 4.30 Indikator Top of Mind Awareness Pernyataan 2	45
Tabel 4.31 Indikator Top of Mind Awareness Pernyataan 3	46
Tabel 4.32 Indikator Brand Saliance Pernyataan 1	46
Tabel 4.33 Indikator Brand Saliance Pernyataan 2	47
Tabel 4.34 Indikator Brand Saliance Pernyataan 3	48
Tabel 4.35 Rekapitulasi Uji Deskriptif Statistik Variabel Awareness	48
Tabel 4.36 Hasil Uji Normalitas melalui SPSS.....	50
Tabel 4.37 Hasil Uji Linearitas melalui SPSS	51
Tabel 4.38 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	52
Tabel 4.39 Hasil Uji Parsial (Uji-T).....	53
Tabel 4.40 Hasil Koefisien Determinasi	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis	65
Lampiran 2 Salinan Lembar Bimbingan TA	66
Lampiran 3 Dokumentasi Seminar Proposal Tugas Akhir	68
Lampiran 4 Dokumen Pendukung Penyusunan TA	69
Lampiran 5 Kuisisioner	71
Lampiran 6 Tabulasi Data Kuisisioner	75
Lampiran 7 Hasil Olah Data	79