

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui tujuan dilakukannya promosi penjualan dan pelaksanaan promosi penjualan yang dilakukan PT. Karya Anugerah, serta untuk mengetahui sejauh mana peranan promosi penjualan tersebut sehubungan dengan minat beli konsumen.

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode survey. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan kuesioner. Rseponden dipilih secara acak dan berjumlah 45 responden, yaitu konsumen dari PT. Karya Anugerah dan Relby Renaldy sebagai outletnya.

Hasil yang diperoleh dari hasil penelitian menunjukkan tanggapan konsumen produk Power One dari PT. Karya Anugerah di Factory Outlet Relby Renaldy cukup baik. Faktor yang sudah baik dan perlu dipertahankan adalah pelaksanaan diskon, dan pemberian hadiah dalam mengundang / menarik perhatian konsumen, sedangkan faktor yang masih perlu ditingkatkan adalah penempatan display / pemajangan produk Power One dan aspek informatif dari display / pajangan dan tawaran pengembalian dalam memberikan informasi kepada konsumen.

Data yang diperoleh dari responden lalu diolah dengan menggunakan Koefisien Korelasi Spearman dan Determinasi. Dengan menggunakan perhitungan Koefisien Korelasi Spearman, diperoleh koefisien korelasi (r) sebesar 0.70 dan Koefisien Determinasi sebesar 49%, yang berarti diketahui bahwa promosi penjualan yang dilakukan perusahaan berpengaruh sekitar 49% terhadap minat beli konsumen, sedangkan sisanya sebesar 51% dipengaruhi oleh faktor – faktor di luar promosi penjualan. Dari hasil rancangan uji hipotesis diperoleh hasil adanya hubungan yang cukup kuat antara promosi penjualan yang dilakukan PT. Karya Anugerah dengan minat beli konsumen.

Daftar Tabel

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel X dan Y	44
Tabel 4.1	Tempat – Tempat Penjualan Produk Power One	62
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Status	67
Tabel 4.5	Data Responden Berdasarkan Pendidikan	68
Tabel 4.6	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.7	Data Responden Berdasarkan Pendapatan Rata – Rata	69
Tabel 4.8	Data Responden Berdasarkan Pengenalan Produk	69
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Program Hadiah yang Ditawarkan Menarik / Mengundang Perhatian Konsumen	70
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Nilai Hadiah yang Ditawarkan Cukup Menarik Untuk Melakukan Pembelian	71
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Display Dapat Memberi Informasi Produk Baru Kepada Konsumen	72
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Display Dapat Mengundang / Menarik Perhatian Konsumen	73
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Diskon Dapat Menarik Perhatian Konsumen	74
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Nilai Diskon Yang Ditawarkan Dapat Mendorong Pembelian	75
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Tawaran Pengembalian Dapat Mengundang / Menarik Perhatian Konsumen	76
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Nilai Tawaran Pengembalian Yang Ditawarkan Dapat Mendorong Pembelian	77
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan	78
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Bahwa Konsumen Mengetahui Produk – Produk Power One	79
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Bahwa Merek Power One Mempunyai Citra Yang Baik	80

Tabel 4.20	Tanggapan Responden Bahwa Konsumen Mengetahui Dimana Dapat Membeli Produk Power One	81
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Bahwa Konsumen Selalu Ingat Produk Power One	82
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Bahwa Konsumen Tertarik Untuk Membeli Produk Power One	83
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Bahwa Konsumen Berniat Membeli Produk Power One	84
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Bahwa Konsumen Yakin Produk Power One Merupakan Produk Yang Tepat Untuk Dirinya	84
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Terhadap Aktivitas Minat Beli Konsumen	86
Tabel 4.26	Analisis Rank Spearman	88

4.4	Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan Promosi Penjualan dan Minat Beli	66 – 86
4.5	Analisis koefisien Korelasi Rank Spearman	86 – 90
4.6	Analisis Rancangan Uji Hipotesis	90 – 91
4.7	Analisis Koefisien Determinasi	91

Bab V Kesimpulan dan Saran

5.1	Kesimpulan	92 – 93
5.2	Saran	93 – 95

Daftar Pustaka

Riwayat Hidup

Lampiran