

**STRATEGI PEMASARAN MOBIL MEREK HONDA BRIO SATYA
STUDI PADA PT KERTA JAYA UTAMA-DEALER HONDA SM AMIN
DI KOTA PEKANBARU**

ABSTRAK

**Siti Aminah
147210121**

Kata Kunci : Strategi Pemasaran dan Keputusan Pembelian

Dalam era globalisasi ini mendorong perusahaan untuk bertindak praktis dan ekonomis dalam usaha untuk menguasai pangsa pasar seluas mungkin. sehingga hal ini lebih selektif terhadap suatu keputusan pembelian barang. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat. Strategi pemasaran yang digunakan antara perusahaan satu dengan yang lain memang berbeda, hal ini dikarenakan pelaksanaan suatu strategi harus disesuaikan dengan kondisi dan tujuan yang ingin dicapai perusahaan tersebut. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif. Tipe penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Contohnya mengamati keputusan pembelian konsumen terhadap mobil merek Honda Brio Satya Stud Pada PT Kerta Jaya Utama-Dealer Honda SM Amin Kota Pekanbaru. Sampel penelitian ada 1 orang pimpinan dealer Mobil Honda SM Amin dan 26 orang konsumen yang telah membeli mobil merek honda Brio Satya.jenis dan teknik pengumpulan data yang digunakan terdiri dari, data primer yang diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan metode deskriptif. Berdasarkan teknik analisis ini peneliti menilai dan menyimpulkan bahwa Strategi Pemasaran Mobil Merek Honda Brio Satya berada pada Interval Cukup Baik. Rekomendasi yang perlu dipertimbangkan adalah perusahaan harus lebih meningkatkan Strategi Pemasaran seperti pemesanan mobil agar lebih cepat lagi agar konsumen dapat mengambil keputusan pembelian yang tepat dengan memilih Mobil Merek Honda Brio Satya di Dealer Honda SM Amin.