

Analisis Bauran Promosi Mobil Merek Honda Mobilio Pada PT. Kerta Jaya Utama- Honda SM Amin Pekanbaru

ABSTRAK

UCI INDRIATNO

Kata Kunci: bauran, promosi, periklanan, promosi penjualan, personal selling, publisitas

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bauran promosi mobil merek Honda Mobilio pada Honda SM Amin kota Pekanbaru yang merupakan salah satu dealer resmi yang menjual kendaraan roda empat merek Honda. Indikator bauran promosi yang digunakan meliputi periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, dan publisitas. Tipe penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif yaitu memprioritaskan daftar kuisisioner sebagai pengumpul data dan data tersebut kemudian dijadikan bahan baku utama untuk menganalisis kondisi obyektif di lokasi penelitian. Terdapat dua kelompok populasi dan sampel dalam penelitian ini yaitu karyawan Sales yang berjumlah 36 orang dan konsumen yang telah membeli Honda Mobilio pada Honda SM Amin yang berjumlah 37 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik sensus untuk populasi karyawan dan teknik purposive sampling untuk populasi konsumen. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari objek penelitian yang meliputi data jumlah populasi, data kuisisioner, data hasil wawancara, serta data lain yang dianggap perlu. Data sekunder adalah data yang diperoleh langsung dari perusahaan tempat penelitian yang sifatnya mendukung analisis penelitian seperti gambaran umum tentang perusahaan dan data penjualan perusahaan. Hasil penelitian dari 4 indikator untuk responden karyawan adalah sebesar 70% dan masuk dalam kategori Baik. Sedangkan hasil untuk responden konsumen adalah sebesar 75% dan masuk dalam kategori Baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan harus mempertahankan dan terus meningkatkan strategi bauran promosi dimasa yang akan datang.