

## RINGKASAN

HENI YULAN SARI NPM. 068320111 "PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI SEPEDA MOTOR SUZUKI PADA PT. SUNINDO VARIA MOTOR GEMILANG MEDAN". Dibawah Bimbingan (Amrin Mulia U, SE, MM Sebagai Pembimbing I, dan Dra. Isnainah LKS, MMA, Sebagai Pembimbing II).

PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan melakukan promosi yang baik, maka dengan demikian akan mengakibatkan meningkatnya minat beli. Peningkatan minat beli sangat dipengaruhi oleh kegiatan promosi yang benar-benar disusun serta dijalankan dengan baik dan terarah, karena promosi merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan minat beli. Jika promosi yang dijalankan oleh perusahaan tidak baik, maka minat beli tidak akan meningkat. Oleh karena itu setiap perusahaan akan melakukan promosi yang baik guna menghasilkan minat beli yang maksimal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publisitas dalam meningkatkan minat beli Sepeda Motor Suzuki pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan dan untuk mengetahui minat beli yang dicapai setelah dilakukan promosi pada perusahaan. Jenis penelitian ini asosiatif, menurut Sugiyono (2005 : 11), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara periklanan, penjualan pribadi dan promosi penjualan terhadap variabel minat beli dan seberapa eratnya pengaruh atau hubungan itu. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung yang membeli sepeda motor Suzuki pada masa penelitian. Dengan demikian pengambilan sampel yang penulis lakukan di PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan menggunakan *sampling aksidental* merupakan bagian dari *non probability sampling* dan dari 100 kuisisioner yang tersebar sebanyak 42 kuisisioner diisi oleh pengunjung PT. Sunindo Varia Motor. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa pengamatan/*observasi* dan menyebarkan angket pada responden yang dijadikan sampel penelitian serta data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik analisis yang dipergunakan adalah regresi linear berganda dengan memakai program *software SPSS 15.00 for windows*.

Dari perhitungan diperoleh  $Y = 10,573 + 1,162 + 0,677 + 0,375x$ , artinya konstanta sebesar 10,573 periklanan, promosi penjualan dan penjualan pribadi mempunyai peranan yang positif dan signifikan terhadap minat beli Sepeda Motor Suzuki. Dari nilai *R Square* dalam penelitian ini adalah sebesar 0,642 atau (64,2%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat beli dapat dijelaskan oleh variabel promosi. Dari uji simultan diperoleh  $F_{hitung} (22,6980) > F_{tabel} (3,654)$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya periklanan, penjualan pribadi dan promosi penjualan mempunyai peranan positif dan signifikan terhadap minat beli sepeda motor Suzuki pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan

Kata Kunci : Promosi, Minat Beli Sepeda Motor Suzuki.

UNIVERSITAS MEDAN AREA