

## RINGKASAN

Susanti. NPM. 088320186. "Pengaruh Sales Promotion Dalam Mempertahankan Minat Konsumen Susu Nestle Pada PT. RAPP Indonesia Medan". Skripsi 2012.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah *sales promotion* berpengaruh positif dalam mempertahankan minat konsumen Susu Nestle di PT. RAPP Medan. Jenis penelitian ini adalah asosiatif kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan seberapa besarnya pengaruh atau hubungan itu serta untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara variabel *independent*.

Populasi yang digunakan adalah konsumen yang mencoba sampel dan langsung membeli pada jam 16.00 s/d 20.30. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *Quota Sampling*, dengan demikian penulis menetapkan sampel menjadi 49 konsumen yang mencoba sampel dan langsung membeli pada jam 16.00 s/d 20.30 dan 45 konsumen yang mencoba sampel dan langsung membeli pada jam 16.00 s/d 20.30. Dengan demikian sampel yang digunakan berjumlah 94 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer. Teknik analisis yang dipergunakan adalah analisa regresi linier berganda dengan menggunakan *Software SPSS for 17.00*.

Hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi linier berganda diketahui bahwa *Sales promotion* berpengaruh terhadap minat konsumen susu Nestle di PT. RAPP Medan dengan demikian hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan berminat membeli suatu produk karena kerja dari *sales promotion*

Kata Kunci : *Sales Promotion*, Minat Konsumen