

ABSTRAK

Monalisa Sebayang, NPM 08 832 0143. "Pengaruh Briefing dan sales Promotion Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Sepeda Motor Honda Pada CV. Kencana Sakti Motor Medan". SKRIPSI 2012.

CV Kencana Sakti Motor adalah salah satu showroom dealer sepeda motor Honda yang berada di bawah naungan PT. Asira Honda Motor (AHM). CV Kencana Sakti Motor ini menjual berbagai produk sepeda motor Honda diantaranya adalah Tipe Cub/Bebek (Honda Blade, Honda Revo Fit, Honda Supra X, dll), Tipe Sport (Honda City Sport 1, Honda New Mega Pro, Honda Tiger, dll) dan Tipe Matic (Honda Beat, Honda Vario CW, Honda Vario Techno, dll)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh briefing dan sales promotion terhadap peningkatan volume penjualan sepeda motor Honda pada CV. Kencana Sakti Motor, jenis penelitian ini adalah asosiatif. Sample dalam penelitian ini adalah seluruh sales yang ada di CV. Kencana Sakti Motor yaitu Jenis kelamin yang paling banyak diteliti adalah laki-laki sebanyak 21 orang atau 61% sedangkan sisanya yakni sebanyak 19 orang atau 39% adalah perempuan. Dengan demikian penulis menggenapkan menjadi 40 orang sales. Sedangkan teknik pengumpulan data berupa primer berupa pengamatan atau observasi dan menyebarkan angket pada responden yang dijadikan sample penelitian serta data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan menggunakan software spss 15.00 for windows.

Dari hasil analisis diperoleh konstanta bernilai 2.233 hal ini menunjukkan jika variabel bebas (X_1) berupa briefing dan (X_2) berupa sales promotion bernilai satu satuan maka variabel terikat (Y) berupa volume penjualan pada CV. Kencana sakti Motor sebesar 2.233%.

Kata kunci : Briefing, Sales Promotion dan Volume Penjualan