

# **ANALISIS PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO OTOMODA**

Ditulis Oleh:  
Anisa Nurul Novianti

Pembimbing:  
Henny Utarsih, SE., M.Si.

## **ABSTRAK**

Toko Otomoda merupakan salah satu toko yang menjual produk mengenai atribut kendaraan yang berasal dari kota Bandung. Konsumen toko Otomoda sudah banyak menjalar hingga ke kota-kota lainnya. Pemasaran yang dilakukan oleh Toko Otomoda dengan menjalankan event-event berafiliasi dengan berbagai club motor. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisa promosi penjualan produk toko Otomoda, minat beli produk Toko Otomoda dan menganalisis bagaimana besarnya dampak promosi penjualan terhadap minat beli konsumen di Toko Otomoda. Dalam Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Teknik kuesioner. Sample dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen dari Toko Otomoda. Hasil dari penelitian ini yaitu berdasarkan pengumpulan kuesioner, dinyatakan bahwa promosi Toko Otomoda kurang baik dalam memasarkan sebuah produk. Namun tingkat daya minat beli konsumen masih dalam kategori tinggi. Berdasarkan hasil uji hipotesis, promosi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

**Kata Kunci: Promosi Penjualan, Minat Beli Konsumen**

# **SALES PROMOTION ANALYSIS ON CONSUMER BUYING INTEREST IN OTOMODA STORES**

*Written By:*  
Anisa Nurul Novianti

*Preceptor:*  
Henny Utarsih, SE., M.Si.

## **ABSTRACT**

*Otomoda store is one of the shops that sells products about driving attributes originating from the city of Bandung. Consumers of Otomoda stores have spread a lot to other cities. Marketing is carried out by Otomoda store by running events affiliated with various motorcycle clubs. The purpose of this study is to analyze the sales promotion of Otomoda store products, interest in buying Otomoda Store products and analyze how the magnitude of the impact of sales promotion on consumers' buying interest in the Otomoda Store. In this study using descriptive and verifiable methods. Data collection was carried out using questionnaire techniques. The sample in this study was 100 respondents who were consumers of the Otomoda Store. The results of this study, based on the collection of questionnaires, stated that the promotion of the Otomoda Store was not good in marketing a product. But the level of purchasing interest of consumers is still in the high category. Based on the results of hypothesis tests, sales promotion has a significant influence on buying interest*

**Keywords: Sales Promotion, Consumer Buying Interest**