

ABSTRAK

Remus Bukit Darwin Samosir, PENGARUH PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA CV. INDAKO TRADING CO. MEDAN, (dibawah bimbingan Bapak Drs. Pator Marbun, SE, MM, sebagai Pembimbing I dan Ibu Dra, Isnainiah, LKS, MMA, sebagai Pembimbing II).

Promosi merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam manajemen pemasaran, karena promosi merupakan kegiatan perusahaan dalam usahanya untuk berkomunikasi dengan konsumen. Dengan adanya komunikasi diharapkan ada tanggapan dari konsumen atas produk yang ditawarkan. Tanggapan ini oleh konsumen bisa dikategorikan dalam kesiapan pembeli, yaitu kesadaran, pengetahuan, kegemaran, preferensi, keyakinan, dan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi yang dilakukan berpengaruh terhadap tingkat penjualan sepeda motor Honda pada perusahaan CV. Indako Trading Co. Medan. Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah melalui penelitian asosiatif kualitatif. Data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah data kuantitatif, sedangkan sumber data yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah pengamatan (*observation*) dan penyebaran angket berupa kuisioner, sedangkan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS 15.

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan maka kesimpulan ini adalah bahwa pengaruh promosi terhadap tingkat penjualan sepeda motor Honda terbukti benar, ini dapat di buktikan dari :

1. Variable bebas x (promosi) berpengaruh terhadap tingkat penjualan sepeda motor Honda (Y), hal ini terlihat dari nilai signifikan $0,01 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,072 > t_{tabel} 1,652$, berarti variabel X memberi pengaruh positif terhadap variabel Y, maksudnya jika X naik maka Y akan ikut naik atau sebaliknya.
2. Dengan nilai constanta 8,714 dan nilai Beta X sebesar 0,788, hal ini menjelaskan jika variabel X naik memberi pengaruh Y naik sebesar 78,8 % dengan model regresi $Y = 8,714 + 0,788X$.
3. Nilai R Square sebesar 0,430 mengandung arti pengaruh promosi terhadap tingkat penjualan sepeda motor Honda di CV. Indako Trading Co Medan adalah sebesar 43 %. Nilai pengaruh sebesar 43 % mengandung arti bahwa promosi memiliki pengaruh positif terhadap tingkat penjualan sepeda motor Honda namun tidak signifikan. Sedangkan sisanya sebesar 57 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Tingkat Penjualan Sepeda Motor dan CV. Indako Trading Co. Medan.