

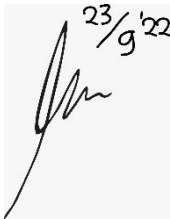
**PENERAPAN SALES PROMOTION PADA PT BOROBUDUR OTO
MOBIL CABANG BOM 2 YOGYAKARTA MENURUT PERSEPSI
KONSUMEN**

Muhamad Ihsan Wahyu Nugraha

Abstrak

Penelitian tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Sales Promotion* pada PT Borobudur Oto Mobil Cabang BOM 2 Yogyakarta telah berjalan dengan efektif. Populasi dari penelitian ini adalah data *Customer* pada PT Borobudur Oto Mobil Cabang BOM 2. Sampel yang akan diambil sebanyak 60 responden dan merupakan konsumen Mitsubishi yang telah melakukan pembelian unit mobil di Dealer Borobudur Oto Mobil Cabang BOM 2 Yogyakarta dan yang belum melakukan pembelian. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner, studi pustaka dan observasi langsung pada objek yang diteliti. Setelah diperoleh jawaban dari konsumen yang sudah melakukan pembelian unit Mitsubishi dan belum melakukan pembelian Mitsubishi melalui kuesioner yang dibagikan dan berdasarkan hasil pengolahan menggunakan *arithmetic mean* didapatkan nilai rata-rata keseluruhan 3,15 sudah dikatakan setuju PT Borobudur Oto Mobil Cabang BOM 2 Yogyakarta telah menerapkan *Sales Promotion* dengan baik yang dilakukan pada PT Borobudur Oto Mobil Cabang BOM 2 Yogyakarta.

Kata Kunci: *Sales Promotion, Promotion, Discount Product, Guaranteed Product, Expo unit Product.*



Handwritten signature and date 23/9'22

**IMPLEMENTATION OF SALES PROMOTION AT PT BOROBUDUR OTO
MOBIL BOM 2 YOGYAKARTA BRANCH ACCORDING TO CONSUMER
PERCEPTION**

Muhamad Ihsan Wahyu Nugraha

Abstract

This final project research aims to determine whether the Sales Promotion at PT Borobudur Oto Mobil Branch BOM 2 Yogyakarta has been running effectively. The population of this study is customer data at PT Borobudur Oto Mobil Branch BOM 2. The sample will be taken as many as 60 respondents and are Mitsubishi consumers who have purchased a car unit at the Borobudur Oto Mobil Dealer, BOM 2 Yogyakarta Branch and who have not made a purchase. The sampling technique used purposive sampling method. Methods of data collection in this study using questionnaires, literature study and direct observation on the object under study. The results of the answers from consumers who have purchased Mitsubishi units and who have not purchased Mitsubishi through questionnaires distributed and based on the results of processing using arithmetic mean obtained an overall average value of 3.15 which means PT Borobudur Oto Mobil BOM 2 Yogyakarta Branch has implemented Sales Promotion well .

Keywords: Sales Promotion, Promotion, Discount Product, Guaranteed Product, Expo unit Product.