

EVALUASI *CONSUMER PROMOTION* PADA PT.SUMBER BUANA MOTOR KAWASAKI YOGYAKARTA

Ranung Dwi Nuary

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas strategi *consumer promotion* pada PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta. *Consumer promoton* merupakan bagian dari promosi penjualan, yang langsung mempengaruhi kepada konsumen meliputi kupon, produk, sampel gratis, premium, hadiah, dan undian. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Metode perolehan data menggunakan deskriptif kuantitatif dengan melihat data volume penjualan pada PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta yang kemudian mendiskripsikan kembali angka – angka dan tabel yang diperoleh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil analisis evaluasi *consumer promotion* pada PT.Sumber Buana Motor Yogyakarta dikatakan belum efektif, karena strategi yang diterapkan belum mencapai target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Kata Kunci: *Consumer Promotion.*

**EVALUATION OF CONSUMER PROMOTION
AT PT. SUMBER BUANA MOTOR KAWASAKI YOGYAKARTA**

Ranung Dwi Nuary

Abstract

The purpose of this study is to determine the effectiveness of the consumer promotion strategy at PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta. Consumer promotions are part of sales promotions, including coupons, products, free samples, premiums, prizes and sweepstakes, which directly affect consumers. This study uses secondary data. Data acquisition method uses quantitative descriptive by looking at sales volume data at PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta then described the numbers and tables obtained. The results of this study indicate that from the results of the analysis of consumer promotion evaluation at PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta is said to be ineffective, because the strategy applied has not yet reached the sales target determined by the company.

Keywords : Consumer Promotion