

# PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP PROMOSI PENJUALAN PADA CV. BINA KARYA PASURUAN

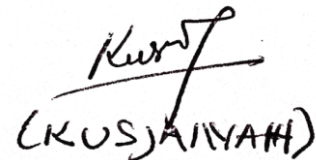
Siti Aisyah

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap promosi penjualan pada Cv. Bina Karya Pasuruan. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan bahan-bahan material. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah pelanggan Cv. Bina Karya Pasuruan. Jumlah sampel yang digunakan diambil dari responden, sedangkan penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus slovin yaitu sebanyak 66 responden. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari *literature*, jurnal dan profil perusahaan Cv. Bina Karya Pasuruan. Analisis dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reliabilitas dan *mean arithmetic* yang mana perolehan data tersebut diolah dengan aplikasi *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai rata-rata hitung keseluruhan indikator promosi penjualan sebesar 3.17 artinya pelanggan Cv. Bina Karya Pasuruan menyetujui seluruh indikator promosi penjualan, sedangkan pada indikator *coupon* dan paket harga memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3.22 artinya pelanggan menyetujui jika *price pack/cent off deal* yang diberikan kepada pelanggan, namun pada indikator *rabat/refund* memperoleh nilai rata-rata terendah yaitu sebesar 3.07 artinya pelanggan menyetujui apabila mendapat potongan harga kepada pelanggan yang menerima barang *reject*.

**Kata Kunci:** *Promosi Penjualan.*

 8/9 '21

  
(KUSJAINYAH)


**CUSTOMER'S PERCEPTION OF SALES PROMOTIONS ON CV. BINA  
KARYA PASURUAN**

**Siti Aisyah**

**Abstract**

*This study aims to determine customer perceptions of sales promotions at CV Bina Karya Pasuruan. This company is a company engaged in the sale of materials. In this study, the sample used was the customer of CV Bina Karya Pasuruan. The sample used was taken from the respondents, while the determination of the number of samples based on the slovin formula was 66 respondents. Primary data was collected by distributing questionnaires and secondary data obtained from literature, journals and company profiles of CV Bina Karya Pasuruan. The analysis in this study was conducted using interviews, observations and questionnaires. The data analysis method used in this study is a test of validity, reliability and arithmetic mean in which the data acquisition is processed by the application of Statistical Product and Service Solution (SPSS). The results of the analysis show that the average value of the overall sales promotion indicator is 3.17, meaning that CV Bina Karya Pasuruan customers agree with all sales promotion indicators, while the coupon and price package indicators have the highest average value of 3.22, meaning that the customer agrees if the price pack/cent off deal given to the customer, but on the rebate/refund indicator the lowest average value is 3.07, meaning that the customer agrees to receive a discount to the customer who receives the rejected item.*

**Keywords:** Sales Promotion

  
(KUSJANIYAH)