

**PENERAPAN SALES PROMOTION PRODUK BUILDING CARE PADA
PT. TATA KARYA GEMILANG YOGYAKARTA**

Nanjar Adhi Nurrahman

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Penerapan *Sales Promotion* Produk Building Care Pada PT. Tata Karya Gemilang Yogyakarta. *Sales promotion* memiliki 5 indikator yaitu ketertarikan konsumen untuk membeli suatu produk, ketertarikan dalam mencoba produk, variasi alat promosi penjualan, jumlah atau banyaknya diskon dan besaran hadiah. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *random sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 responden dengan menggunakan rumus *Slovin*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan *arithmetic mean*. Dari hasil analisis *arithmetic mean* indikator ketertarikan konsumen untuk memberi suatu produk memperoleh hasil rata-rata sebesar 3,19 yang berarti setuju, indikator ketertarikan dalam mencoba produk memperoleh hasil rata-rata sebesar 3,21 yang berarti setuju, indikator variasi alat promosi penjualan memperoleh hasil rata-rata sebesar 3,15 yang berarti setuju, indikator jumlah atau banyaknya diskon memperoleh hasil rata-rata sebesar 3,16 yang berarti setuju, dan indikator besaran hadiah memperoleh hasil rata-rata sebesar 3,11 yang berarti setuju.

Nanjar Adhi Nurrahman

Kata Kunci: *Sales, Promotion, Building Care.*

Nanjar Adhi Nurrahman
8/9 '21

**APPLICATION OF SALES PROMOTION BUILDING CARE PRODUCTS IN
PT. YOGYAKARTA GEMILANG WORKS**

Nanjar Adhi Nurrahman

Abstract

This study aims to analyze the Application of Sales Promotion for Building Care Products at PT. Tata Karya Gemilang Yogyakarta. Sales promotion has 5 indicators, namely consumer interest in buying a product, interest in trying the product, variations in sales promotion tools, the number or number of discounts, and the amount of the prize. The method used in sampling is random sampling. The sample in this study amounted to 50 respondents using the Slovin formula. Data analysis in this study used validity, reliability, and arithmetic mean tests. From the results of the arithmetic mean indicator analysis, consumer interest in giving a product obtained an average result of 3.19 which means agreed, the interest indicator in trying the product obtained an average result of 3.21 which means agreed, the indicator of the variation of sales promotion tools obtained an average result of 3.15 which means agree, the indicator of the number or number of discounts obtains an average result of 3.16 which means agrees, and the indicator of the size of the prize obtains an average result of 3.11 which means agrees.

Keyword: Sales, Promotion, Building Care