# PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PROMOSI PENJUALAN YAMAHA NMAX PADA CV. SUMBER BARU MOTOR SENTRAL 1 YOGYAKARTA

**Wahyu Septi Wulandari**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap promosi penjualan Yamaha Nmax pada CV. Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jual-beli sepeda motor merek Yamaha. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah konsumen yang pernah membeli produk Yamaha Nmax di CV. Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta. Jumlah sampel yang digunakan diambil dari responden, sedangkan penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus *slovin* yaitu sebanyak 48 responden. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner dan data sekunder diperoleh dari *literature*, jurnal dan profil perusahaan CV. Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta. Analisis dalam penelitian ini menggunakan 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 yang artinya konsumen CV. Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta setuju bahwa seluruh indikator promosi penjualan yang diterapkan oleh perusahaan. Pada indikator *price pack/cent-off-deals* memperoleh nilai rata-rata hitung tertinggi sebesar 3.21 yang artinya konsumen menyetujui kegiatan *price packs/cent-off-deals* yang dilakukan oleh CV.Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta. dan Pada indikator *rabat/refund* memperoleh nilai rata-rata hitung terendah sebesar 3.14 yang artinya konsumen menyetujui kegiatan *rabat/refund* yang dilakukan oleh CV.Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta.

**Kata Kunci:** *Promosi Penjualan*



***CONSUMER PERCEPTIONS OF SALES PROMOTIONS YAMAHA NMAX ON CV. SUMBER BARU MOTOR SENTRAL 1 YOGYAKARTA***

# *Wahyu Septi Wulandari*

***Abstract***

*This study aims to determine consumer perceptions of sales promotions Yamaha Nmax on CV. Sumber Baru Motor Central 1 Yogyakarta. This company is a company engaged in the sale of motorcycle brand Yamaha. In this study, the sample used is the consumer who've bought the product Yamaha Nmax in CV. Sumber Baru Motor Central 1 Yogyakarta. The number of samples used was taken from the respondents, while the determination of the number of samples based on the slovin formula, i.e. a total of 48 respondents. Primary data collection was done by the method of questionnaires and secondary data obtained from the literature, journals and company profile CV. Sumber Baru Motor Central 1 Yogyakarta. The analysis in this study using a questionnaire. Methods of data analysis used in this research is to test the validity, reliability and the mean arithmetic where the acquisition of such data is processed with the application of Statistical Product and Service Solution (SPSS). The results of the analysis show that the average value calculate the overall indicator of the promotion of sales of 3.17, which means consumers CV. Sumber Baru Motor Central 1 Yogyakarta approve all indicators of sales promotion that is applied by the company. On the indicator of price pack/cent-off- deals to obtain the average value of count is the highest of 3.21 which means that consumers approve of price packs/cent-off-deals carried out by CV.Sumber Baru Motor Central 1 Yogyakarta. and On the indicator rebate/refund obtain the average value of count low of 3.14, which means the consumer agreed to the activities of the rebate/refund is conducted by CV.Sumber Baru Motor Central 1 Yogyakarta.*

***Keywords****: Sales Promotion*