

Analisis Pembentukan Perilaku Pembelian Channel melalui Program Promosi Penjualan: (Studi Kasus Program Promosi Penjualan PT Bintang Baru Indonesia Perkasa Raya terhadap Agen) = Analysis of The Formation of Channel Buying Behavior Trough Sales Promotion Program: (Case Study Sales Promotion Of Pt. Bintang Baru Indonesia Perkasa Raya)

Rini Febriani Hauri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20338786&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai penggunaan promosi penjualan sebagai salah satu strategi perusahaan sebagai media pemasaran produk untuk membentuk perilaku pembelian dari konsumennya PT. Bintang Baru Indonesia Perkasa Raya sebagai perusahaan yang memproduksi cat mencoba memanfaatkan promosi penjualan sebagai alat untuk menaikkan volume penjualan produknya. Promosi penjualan yang digunakan adalah promosi penjualan yang berupa pemberian insentif pada waktu yang terbatas yang ditujukan kepada agen sebagai channel distribusi. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Penelitian deskriptif dilakukan peneliti dengan tujuan untuk menerangkan proses bagaimana perusahaan yang diteliti menentukan dan menjalankan promosi penjualannya sampai ketika agen menerima promosi penjualan yang berujung pada proses pembelian. Dengan menerapkan metode induktif peneliti dapat menganalisa hasil dari penelitian. Hasil penelitian menyatakan bahwa promosi penjualan dalam pembentukan perilaku pembelian sukses dalam penerapannya. Agen dalam mengambil program promosi penjualan yang diadakan oleh PT. Bintang Baru Indonesia Perkasa Raya dimulai dari kebutuhannya akan mencari keuntungan dalam krisis global yang sedang terjadi.

.....This thesis is about using sales promotion as one of marketing tools of a company to form buying behaviour of its customer. PT. Bintang Baru Indonesia Perkasa Raya as a paint manufacturer use sales promotion to increase its sales volume. Type of sales promotion was used is trade sales promotion, it's a form of giving incentive to wholesaler as their channel of distribution. This thesis is using qualitative research method with descriptive design research method. Descriptive research design method was used to explain the process, how the company who being research choose and applied their Sales promotion method in their everyday marketing, and how the wholesaler accept the sales promotion which leads to buying behaviour. With applied inductive method, researcher analysed these. And the research results is implied that the sales promotion that being used is success on its applied. The wholesaler on this research found that sales promotion is one of their answer to their needs to get more profit on this global crisis that happen lately.