

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI RISIKO DAN PROMOSI PRODUK TERHADAP MINAT BELI MOTOR LISTRIK PADA INDUSTRI MOTOR LISTRIK GESITS DI PT MITRAINDO SEJAHTERA UTAMA

Oleh
Fitria Eka Putri
NIM : 1720013
(Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif)

Penjualan motor listrik Gesits di Kota Tangerang menjadi penjualan terendah dibandingkan dengan penjualan di Jakarta dan Bekasi. Penjualan motor listrik Gesits di Kota Tangerang mengalami penurunan yang signifikan dan tidak mencapai target penjualan yang diberikan oleh PT Gesits Motor Nusantara di tahun 2023. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sampel jenuh terhadap 97 calon pelanggan yang pernah menghubungi nomor *hotline* Gesits pada tahun 2023. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS versi 25 sebagai pengolah data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) persepsi risiko tidak memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap minat beli, (2) promosi memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap minat beli, (3) persepsi risiko dan promosi memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : Persepsi Risiko, Promosi, Minat Beli