

## ABSTRAK

# ANALISIS CONJOIN ATRIBUT BAURAN PROMOSI DALAM PEMBELIAN XPANDER CROSS OLEH KONSUMEN PADA PT SUN STAR PRIMA MOTOR MITSUBISHI CEMPAKA PUTIH

Oleh

**Rahma Dinda Meyliana**

**NIM: 1718020**

**Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif**

PT Sun Star Prima Motor Mitsubishi Cempaka Putih merupakan cabang sun motor grup yang berdiri tahun 2019. Salah satu kegiatan bisnis yang dilakukan ialah penjualan unit. Xpander cross menjadi salah satu model Mitsubishi yang ditawarkan dan dijual. Xpander cross memiliki keunggulan dari segi interior, eksterior, dan fitur jika dibandingkan dengan xpander namun penjualan yang terjadi pada xpander cross tidak mampu melampaui penjualan xpander. Aktivitas promosi diduga memiliki keterkaitan dalam perolehan penjualan yang terjadi, maka perusahaan perlu menentukan bauran promosi seperti apa yang akan diterapkan oleh perusahaan agar penjualan xpander cross dapat meningkat. Oleh karenanya, tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui atribut bauran promosi seperti apa yang paling penting dalam pembelian xpander cross oleh konsumen pada PT Sun Star Prima Motor Mitsubishi Cempaka Putih. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian menggunakan data primer berupa hasil kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni konsumen yang telah melakukan pembelian unit xpander cross pada Januari hingga Juni tahun 2022. *Purposive sampling* menjadi teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus solvin. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis conjoint yang dalam penerapannya dibantu dengan program SPSS 24.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penayangan iklan melalui media sosial dengan hasil sebesar 0,927 lalu tersedianya penawaran paket harga yang menarik dengan perolehan nilai sebesar 0,127 dan pelaksanaan aktivitas publikasi dalam bentuk mensponsori acara (*sponsorship*) dengan perolehan nilai sebesar 0,213 merupakan level atribut bauran promosi yang tepat dalam usaha menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian xpander cross pada PT Sun Star Prima Motor Mitsubishi Cempaka Putih, dan yang menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian xpander cross pada PT Sun Star Prima Motor Mitsubishi Cempaka Putih yaitu iklan (41,585). Selanjutnya, yang menjadi pertimbangan kedua bagi konsumen yaitu *sales promotion* (33,866) dan pertimbangan ketiga yaitu kegiatan *public relation* (24,548).

Kata Kunci: Bauran Promosi, Keputusan Pembelian, Analisis Conjoin