

# **PENGARUH PROMOSI *ONLINE MARKETPLACE* DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI *SPAREPART* PADA HONDA MITRA LENTENG AGUNG**

**Irene Lydia Fitriani (1717063)**

## **Abstrak**

Honda Mitra Lenteng Agung merupakan salah satu perusahaan bidang otomotif yang ada di Indonesia. Dalam kegiatan penjualannya baik mobil maupun *sparepart*, internal perusahaan menyebutkan bahwa permasalahan saat ini adalah minat beli konsumen yang menurun. Hal ini di sampaikan oleh Kepala Bengkel dengan didukung oleh data penjualan *sparepart* secara *offline* maupun *online*. Perusahaan juga menyatakan bahwa permasalahan yang sedang terjadi seputar promosi *online marketplace* dan kelengkapan produk *sparepart* yang dijual secara *online*. Oleh karena itu, penulis tertarik mengambil penelitian mengenai pengaruh Promosi *Online Marketplace* ( $X_1$ ) dan Kelengkapan Produk ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli *sparepart* pada Honda Mitra Lenteng Agung. Penelitian ini dilakukan di Honda Mitra Lenteng Agung dengan tujuan (1) untuk mengetahui signifikansi Promosi *Online Marketplace* ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli (Y); (2) untuk mengetahui signifikansi Kelengkapan Produk ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli (Y); dan untuk mengetahui signifikansi pengaruh Promosi *Online Marketplace* ( $X_1$ ) dan Kelengkapan Produk ( $X_2$ ) secara simultan terhadap Minat Beli (Y). Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran instrumen penelitian berupa kuesioner yang disebarakan kepada 93 konsumen yang membeli *sparepart* secara *online* di Honda Mitra Lenteng Agung dengan menggunakan metode Yamane. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 23. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah  $Y = 0,876X_1 + 0,102X_2$  dengan hasil analisis : (1) Promosi *Online Marketplace* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli; (2) Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli; (3) Pengaruh Promosi *Online Marketplace* dan Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan dan positif secara simultan terhadap Minat Beli.

**Kata Kunci : Promosi *Online Marketplace*, Kelengkapan Produk, Minat Beli**