

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT MATAHARI DEPARTEMEN STORE TBK (Study pada *Matahari Departement Store* Pasar Baru Jakarta Pusat)

Oleh :

**Pipit Rani Supriatin 2015170004
2015170004**

Perkembangan trend fashion di Indonesia sangatlah pesat oleh karena itu perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang efektif. PT. Matahari Departemen Store Tbk menerapkan strategi promosi penjualan yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Matahari Departemen Store Tbk di Pasar Baru. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah promosi penjualan dan loyalitas konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Matahari Departemen Store Tbk di Pasar Baru. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan alat bantu kuesioner. Pernyataan – pernyataan yang digunakan dalam kuesioner disusun dan hasil kuesioner dianalisis secara deskriptif. Untuk mengukur pengaruh menggunakan analisis Regresi Linier Sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi promosi penjualan dengan nilai tertinggi berada pada strategi barang gratis dan loyalitas konsumen pemilik member matahari *Red Card* berada pada merekomendasikan merek pada orang lain. Deari hasil penelitian dapat dilihat terdapat pengaruh signifikan antara promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen di PT. Matahari Departemen Store Tbk di Pasar Baru.

Kata

Kunci:

Promosi

Penjualan,

Loyalitas

Konsumen

