

## ABTRAKSI

UD Pratama Metropolis adalah pemain baru dalam dunia *retail* sepeda motor Honda. Dalam waktu yang relatif singkat (17 bulan), UD Pratama Metropolis berhasil mencatatkan prestasi penjualan yang menjanjikan dan dapat mengungguli pesaing-pesaing utamanya sesama *dealer* Honda seperti PT Dwitara Abadi Raya dan PT Kencana Menggala.

UD Pratama Metropolis menyadari bahwa promosi merupakan alat yang baik untuk memberitahu dan mengingatkan konsumen. Di tengah persaingan yang begitu ketat masyarakat hanya mengetahui produk Honda tapi tidak mengenal UD Pratama Metropolis. UD Pratama Metropolis melakukan kegiatan promosi berupa periklanan, penjualan perseorangan promosi penjualan dan publisitas. Di UD Pratama Metropolis, publisitas tidak mengeluarkan biaya karena pihak eksternal yang datang untuk mempublikasikan UD Pratama Metropolis. Jadi variabel promosi yang digunakan adalah periklanan, penjualan perseorangan dan promosi penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui pengaruh periklanan, penjualan perseorangan dan promosi penjualan terhadap omzet penjualan sepeda motor pada UD Pratama Metropolis di Sidoarjo selama Bulan 2005- Juni 2006.(2) Menentukan diantara variabel periklanan, penjualan perseorangan dan promosi penjualan yang paling berpengaruh terhadap omzet penjualan sepeda motor pada UD Pratama Metropolis di Sidoarjo selama Bulan Februari 2005- Juni 2006. Dengan bantuan program *SPSS 12.0 for Windows*, Metode pengolahan data yang digunakan adalah asumsi klasik uji normalitas data, asumsi klasik regresi heterokedastisitas, asumsi klasik regresi multikolinearitas, asumsi klasik regresi otokorelasi, regresi berganda, uji F, uji t dan koefisien determinasi.

Dari hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis yang dilakukan, dapat ditarik konklusi sebagai berikut: bauran promosi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap omzet penjualan, periklanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap omzet penjualan, penjualan persorangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap omzet penjualan dan promosi penjualan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap omzet penjualan.

Rekomendasi untuk UD Pratama Metropolis adalah membekali armada penjualannya dengan pengetahuan tentang *product knowledge*, *pricing*, produk pesaing, harga pesaing dan kemampuan untuk *persuasive* calon pembeli. UD Pratama Metropolis tetap melakukan kegiatan periklanan untuk membangun *awareness* dan ketertarikan minat beli, mencari proyek pada *group-group customer* dan *corporate* serta melakukan kegiatan pameran dan program *discount* dimana pelaksanaannya tetap memperhatikan situasi dan *moment* yang tepat.