

Hubungan antara potongan harga dengan minat beli mobil Avanza pada karyawan Telkom Gedung Grha Citra Caraka = Relationship between price discount with Avanza buying interest of Telkom employee at Grha Citra Caraka Jakarta

Rulando Irawan

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=20330501&lokasi=lokal>

Abstrak

Sebelum pembelian, konsumen mulai dengan mengumpulkan informasi produk berdasarkan pengalaman pribadi dan lingkungan eksternal. Ketika jumlah informasi mencapai tingkat tertentu, konsumen mulai melakukan penilaian dan proses evaluasi, dan membuat keputusan pembelian setelah perbandingan dan penilaian. Potongan harga atau diskon adalah salah satu bentuk promosi penjualan yang paling sering digunakan oleh produsen untuk menimbulkan minat beli konsumen. Bentuk promosi ini lebih ditujukan kepada konsumen akhir. Pokok masalah dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah terdapat hubungan antara potongan harga dengan minat beli mobil avanza pada karyawan Telkom gedung grha citra caraka Jakarta. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara potongan harga dengan minat beli mobil avanza. Metode penelitian dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan karyawan Telkom gedung grha citra caraka. Pengolahan data dilakukan dengan korelasi Rank Spearman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara potongan harga dengan minat beli mobil avanza.