

**PENGARUH SALES PROMOTION ACTIVITIES TERHADAP MINAT
CALON KONSUMEN MENJADI MEMBER OVO CLUB (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA GRESIK).**

Nama : Achmad Ghulam Mirbath

NIM : 1011510196

Pembimbing 1 : Alfina, S.M., M.M

ABSTRAK

Penrkembangan bisnis *platform* di Indonesia pada tahun 2019 memasuki era yang semakin kompetitif. Hal ini menuntut perusahaan memiliki strategi pemasaran yang tepat, salah satunya dengan menggunakan *sales promotion* terhadap minat calon konsumen. *Sales promotion* merupakan sebuah aktivitas yang dimana dapat mempengaruhi calon konsumen untuk menarik minat beli calon konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan studi kasus terhadap 100 responden mahasiswa gresik untuk menjadi member club OVO melalui metode *purposive sampling*. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deksriptif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda setelah melalui uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dua variabel (*refund* dan *continuity progam*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen, sedangkan dua variabel (*discount* dan *cuopon*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Akan tetapi variabel tersebut memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel minat beli.

Kata kunci: *financial technology, sales promotion,* dan minat beli.



(Halaman ini sengaja dikosongkan)

THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION ACTIVITIES ON CONSUMER PROSPECTIVE INTERESTS BECOME MEMBERS OVO CLUB (CASE STUDY IN GRESIK STUDENTS).

Name : Achmad Ghulam Mirbath

Student ID : 1011510196

Supervisor 1 : Alfina, S.M., M.M

ABSTRACT

The development of the platform business in Indonesia in 2019 was an increasingly competitive era. This requires companies to have the right marketing strategy, one of which is by using sales promotions to interest potential customers. Sales promotion is an activity that can influence prospective consumers to attract potential customers to buy. This research was conducted with a case study of 100 respondents Gresik students to become members of the OVO club through a purposive sampling method. Data analysis method in this research uses descriptive analysis. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis after passing the classical assumption test. The results of this study indicate that two variables (refund and continuity program) have a significant influence on consumer buying interest, while two variables (discount and coupon) do not have a significant effect on customer satisfaction. However, this variable has a simultaneous influence on the buying interest variable

Keywords: *financial technology, sales promotion, and buying interest.*