

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PEMASARAN MOBIL BEKAS PADA CV. SIGMA MOBIL PEKANBARU**

**Oleh :**

**Haida Hafni Chandra**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor bagaimana pemasaran mobil bekas pada CV. Sigma Mobil Pekanbaru serta untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan tidak tercapainya target pemasaran mobil bekas pada CV. Sigma Mobil Pekanbaru. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli mobil bekas di CV. Sigma Mobil Pekanbaru pada tahun 2018 yaitu sebanyak 189 orang. Sampel kemudian dihitung dengan rumus Slovin, jadi sampel penelitian ini sebanyak 65 orang. Analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menyatakan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju dengan produk mobil bekas di CV. Sigma Mobil, karena kualitas mobil baik, penampilan mobil memuaskan, warna dan model sesuai keinginan konsumen, merk mobil bagus, ukuran atau sizes mobil sesuai kebutuhan konsumen, adanya jaminan dari perusahaan dan adanya pelayanan yang memuaskan dari penjual merupakan pertimbangan-pertimbangan konsumen dalam membeli produk mobil bekas. Sebagian besar responden menyatakan setuju dengan harga jual yang ditetapkan CV. Sigma Mobil karena harga jual sesuai kualitas mobil, harga lebih murah dari dealer lain, kemudian harga mampu bersaing dengan dealer lain dan konsumen sering mendapat diskon dari dealer. Sebagian besar menyatakan setuju dengan promosi yang dilakukan oleh CV. Sigma Mobil yang meliputi promosi melalui media iklan, personal selling, promosi dari mulut ke mulut dan promosi secara langsung, karena dapat mengingatkan konsumen tentang produk mobil bekas yang berkualitas. Menurut responden promosi yang dilakukan baik merupakan bentuk promosi yang tepat jika mampu mengingatkan konsumen tentang produk yang ditawarkan.

**Kata Kunci : Pemasaran, Mobil Bekas, Pekanbaru**