

ABSTRAK

ANALISIS PENJUALAN SEPATU MEREK TOMKINS PADA PT. PRIMARINDO ASIA INFRASTRUCTURE PADA MALL CIPUTRA PEKANBARU

Oleh

Seba Riski Dinata

Fenomena maraknya sepatu impor yang meramaikan persaingan di industri sepatu membuat merek lokal harus siap bersaing, serta masih di kuasanya pangsa pasar sepatu oleh produk impor dan juga banyaknya sepatu-sepatu kw berharga murah yang dijual dipasaran membuat sepatu lokal tidak begitu di lirik oleh konsumen dalam negeri menjadi permasalahan terhadap penjualan sepatu merek lokal itu sendiri. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat faktor-faktor apa sajakah yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan pada PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk Outlet Store Tomkins pada Mall Ciputra Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepatu Tomkins yang berjumlah 1311 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kurang begitu dikenalnya merek Tomkins dan juga periklanan serta promosi yang belum sering dilakukan dan juga kurang menarik menyebabkan tidak tercapainya target penjualan, hal ini dapat dilihat dari responden menyatakan kurang mengenal dan tidak mengetahui merek Tomkins berjumlah 46 Responden, kurang sering dan tidak adanya periklanan 67 responden dan promosi penjualan yang cukup akan tetapi belum sesuai dengan keinginan konsumen berjumlah 47 responden.

Kata Kunci : Merek, Iklan, Promosi Penjualan