

ABSTRAK

Pemasaran merupakan salah satu cara agar suatu perusahaan dapat mencapai tujuan serta mendapatkan nilai konsumen. Dalam pemasaran terdapat beberapa alat pemasaran yang dapat digunakan sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Salah satu strategi pemasaran yang umum digunakan adalah dengan promosi penjualan. Dengan menggabungkan kemajuan teknologi dan pengemasan promosi penjualan, serta semakin menarik sebuah program pemasaran maka produk yang terjual akan semakin banyak.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran tentang promosi penjualan Pocari Sweat melalui program Online Contest Heavy Rotation Dance Cover berdasarkan konsumen remaja, dan mengetahui pengaruhnya terhadap respon konsumen remaja berdasarkan model AIDA (*Attention, Interest, Desire dan Action*) di kota Bandung. Dengan penelitian secara deskriptif, penulis menggunakan teknik analisis rank order dan analisis *path*. Responden adalah remaja usia 15-25 tahun yang berada di kota Bandung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran promosi penjualan Pocari Sweat melalui program Online Contest Heavy Rotation Dance Cover termasuk dalam kategori baik. Variabel independen adalah promosi penjualan dengan sub variabel ukuran insentif, persyaratan, durasi, sarana distribusi dan waktu. Sedangkan variabel independen adalah respon konsumen. Hasil penelitian menunjukkan gambaran program Online Contest Heavy Rotation Dance Cover yang memiliki nilai paling baik adalah sarana distribusi dengan nilai sebesar 76%. Urutan kedua adalah ukuran insentif dengan nilai sebesar 75%. Selanjutnya adalah waktu sebesar 71%, persyaratan sebesar 69% dan durasi sebesar 68%. Setelah dilakukan analisis melalui trimming besar pengaruh promosi penjualan terhadap respon konsumen secara parsial adalah 30,8%. Sedangkan 69,2 % dipengaruhi oleh variabel di luar model penelitian.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Respon Konsumen