

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION, PRODUCT INNOVATION AND PSYCHOGRAPHY SEGMENTATION ON COMPANY IMAGES IN BUANA KASSITI GROUP TASIKMALAYA

by:

**CITRA KURNIA SURYANI
NPM 158334005**

***Advisor I, H. Ade Komaludin
Advisor II, Yusuf Abdullah***

The research objectives were to determine and to analyze (a) sales promotions, product innovation and segmentation of psychography and corporate image, (b) the influence of sales promotion, product innovation and segmentation of psychography partially and in a manner together with the company's image in Buana Kassiti Group Tasikmalaya. The research method used was a survey method. Data collection was obtained through interviews, questionnaires and literature studies. The sampling technique used purposive sampling with a sample of 100 (one hundred) consumers in the Buana Kassiti Group Tasikmalaya. Data analysis techniques in this study used path analysis. Based on the results of the analysis it can be seen that sales promotion, product innovation and psychographic segmentation have a positive and significant impact on the company's image in the Buana Kassiti Group in Tasikmalaya partially and together, thus the hypothesis can be accepted.

Keywords: Sales promotion, product innovation, psychographic segmentation, company image

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, INOVASI PRODUK DAN SEGMENTASI PSIKOGRAFI TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA BUANA KASSITI GROUP TASIKMALAYA

oleh :

CITRA KURNIA SURYANI
NPM 158334005

Pembimbing I, **H. Ade Komaludin**
Pembimbing II, **Yusuf Abdullah**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis (a) promosi penjualan, inovasi produk dan segmentasi psikografis dan citra perusahaan, (b) pengaruh promosi penjualan, inovasi produk dan segmentasi psikografis secara parsial dan bersama-sama terhadap citra perusahaan pada Buana Kassiti Group Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah anggota sampel sebanyak 100 (seratus) konsumen pada Buana Kassiti Group Tasikmalaya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa promosi penjualan, inovasi produk dan segmentasi psikografis berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan pada Buana Kassiti Group Tasikmalaya baik secara parsial maupun bersama-sama, dengan demikian hipotesis dapat diterima kebenarannya.

Kata kunci: Promosi penjualan, inovasi produk, segmentasi psikografis, citra perusahaan