

## ABSTRACT

Ada beberapa faktor yang membuat industri ritel di Indonesia memiliki kinerja yang kuat pada tahun 2013, yang merupakan peningkatan standar hidup, peran pemerintah dan peraturan tentang Foreign Direct Investment (FDI), dan meningkatnya penjualan industri ritel dari tahun 2011 - 2013. Mereka faktor yang menyebabkan persaingan dalam penjualan ritel di Indonesia mendapatkan tigher. Untuk bersaing dalam situasi ini, pengecer di Indonesia harus membuat pesanan strategyin pemasaran untuk membangun loyalitas pelanggan. SOGO Department store sudah melakukan banyak promosi penjualan sebagai strategi mereka terutama untuk mendapatkan pelanggan mereka setia. Strategi ini akan meningkatkan biaya pemasaran yang berarti bahwa pada akhirnya akan mengurangi keuntungan. Untuk mencegah SOGO dari kehilangan target pendapatan mereka, promosi ini harus dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menguji apakah manfaat dari promosi penjualan memiliki dampak positif terhadap loyalitas pelanggan. Saeed et al dan Pierre Chandon adalah peneliti yang melakukan manfaat manfaat hedonis dan utilitarian promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan metode regresi berganda dan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Purposive sampling digunakan sebagai teknik pengambilan sampel untuk memilih 150 responden pelanggan department store sogo.

Bersamaan, manfaat promosi penjualan yang telah dilakukan oleh SOGO yang melibatkan, hedonis dan manfaat utilitarian telah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pernyataan loyalty.This pelanggan dibuktikan dengan uji F, dimana nilai  $F > F$  tabel, resercher menemukan bahwa nilai F adalah  $77.521 > 4,5$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Sebagian, manfaat utilitarian promosi penjualan memiliki dampak positif terhadap loyalitas pelanggan. Pernyataan ini dibuktikan dengan uji T, di mana T hitung = 7.990 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka 4,5, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Manfaat hedonis dari promosi penjualan yang telah dilakukan oleh SOGO memiliki dampak positif terhadap loyalitas pelanggan. Pernyataan ini dibuktikan dengan

uji T, di mana T hitung = 2,019 dengan nilai signifikan 0,015 < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. hasilnya menunjukkan  $Y = 0,589X_1 + 0,216X_2$ . Ini berarti bahwa dalam setiap peningkatan satu poin dari manfaat utilitarian ( $X_1$ ) akan mempengaruhi 0,589 Y, dan juga untuk manfaat hedonik ( $X_2$ ).

Berdasarkan penelitian ini department store SOGO harus meningkatkan manfaat dari promosi penjualan terutama dalam faktor utilitarian sebagai faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. jumlah terendah manfaat utilitarian barang variabel "Saya bisa membeli produk yang lebih baik dari biasanya". Dengan demikian, departemen SOGO harus memilih produk yang tepat pada waktu yang tepat sehingga pelanggan dapat merasakan usefulness dari produk yang dipromosikan, misalnya ketika department store sogo melakukan penjualan bulanan mereka harus dipromosikan hype (kedatangan baru) produk sehingga pelanggan dapat merasa bahwa mereka mampu lebih baik produk dari biasanya. Ini akan mengarah ke peningkatan loyalitas pelanggan.

**Keyword : Industri Ritel, Manfaat Hedonis Dari Promosi Penjualan, Manfaat Utilitarian Dari Promosi Penjualan, Loyalitas Pelanggan.**