

POLA DISTRIBUSI IKLAN LUAR RUANG SEPEDA MOTOR

SEBAGAI ALAT PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR DI KOTA YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Universitas Gadjah Mada, 2006 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Oleh
Deny Dwi Setiawan
97/115406/GE/04333

INTISARI

Perusahaan sepeda motor memilih iklan luar ruang sebagai alat menambah peningkatan volume penjualan sepeda motor. Iklan luar ruang berguna memberikan informasi produk sepeda motor kepada pemakai jalan khusus penduduk usia pelajar dan mahasiswa yang berpotensi menggunakan sepeda motor di Kota Yogyakarta dan sekitarnya.

Tujuan penelitian adalah (1) mengetahui pola distribusi iklan luar ruang sepeda motor di Kota Yogyakarta dan sekitarnya dan (2) mengetahui hubungan intensitas pemasangan iklan luar ruang sepeda motor dengan volume penjualan sepeda motor. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, dengan pengumpulan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer yaitu survei lokasi iklan luar ruang sepeda motor menggunakan GPS sedangkan pengumpulan data sekunder dari instansi pemerintah maupun dealer utama perusahaan sepeda motor. Analisis data yang digunakan adalah (1) analisa tetangga terdekat untuk mengetahui pola distribusi iklan luar ruang sepeda motor di Kota Yogyakarta dan sekitarnya dan (2) analisa korelasi kendall tau untuk mengetahui hubungan intensitas pemasangan iklan luar ruang sepeda motor dengan volume penjualan sepeda motor.

Hasil penelitian adalah pola distribusi iklan luar ruang sepeda motor acak di Kota Yogyakarta dan sekitarnya terutama di jalan arteri karena fungsi jalan yang menyebabkan perusahaan sepeda motor memiliki harapan dapat meningkatkan volume penjualan sepeda motor. Namun demikian tidak terdapat hubungan antara intensitas pemasangan iklan luar ruang sepeda motor dengan volume penjualan sepeda motor untuk jenis reklame Papan/Billboard.

Arahan untuk perusahaan sepeda motor bertujuan peningkatan volume penjualan sepeda motor adalah (1) Kota Yogyakarta (seluruh Kecamatan) dipilih jenis reklame Megatron, Cahaya, Selebaran; fungsi jalan dipilih jalan Kolektor; kawasan dipilih Kawasan Perdagangan I, Kabupaten Sleman (Kecamatan Depok, Kecamatan Mlati, Kecamatan Godean, Kecamatan Camping) dipilih jenis reklame Megatron, Cahaya, Selebaran; fungsi jalan dipilih jalan Kolektor; kawasan dipilih Kawasan Khusus dan Kabupaten Bantul (Kecamatan Kasihan, Kecamatan Sewon, Kecamatan Banguntapan) dipilih jenis reklame Megatron, Cahaya, Selebaran; fungsi jalan dipilih jalan Kolektor; kawasan dipilih Kawasan Khusus.

Kata kunci : iklan luar ruang, sepeda motor, pola distribusi, volume penjualan

PATTERN OF DISTRIBUTION OUTDOOR ADVERTISING

MOTORCYCLE AS DIRECTIVE RISE SELLING VOLUME

MOTORCYCLE IN YOGYAKARTA CITY AND ITS ENVIRONS

Pola distribusi iklan luar ruang sepeda motor sebagai arahan peningkatan volume penjualan sepeda motor di kota Yogyakarta dan sekitarnya

Deny Dwi Setiawan, Drs. Riyanto, M.S.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Ditunduk dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

by

Deny Dwi Setiawan
97/115406/GE/04333

ABSTRACT

Motorcycle enterprise choose outdoor advertising as instrument add to rise selling volume motorcycle. Outdoor advertising useful give information motorcycle product to user of road special population age secondary school student and university student to potential use motorcycle in Yogyakarta City and its environs.

The aim of research is (1) understand pattern of distribution outdoor advertising motorcycle in Yogyakarta City and its environs and (2) understand relationship installing intensity outdoor advertising motorcycle with selling volume motorcycle. Research method used is survey method, with collecting primary data and secondary data. Collecting primary data is survey location of outdoor advertising motorcycle use GPS, while collecting secondary data from government instance and main dealer motorcycle enterprise. Analysis data used is (1) nearest neighbour analysis to know pattern of distribution outdoor advertising in Yogyakarta City and its environs and (2) correlation analysis kendall tau to know relationship installing intensity outdoor advertising motorcycle with selling volume motorcycle.

Result research is pattern of distribution outdoor advertising motorcycle random in Yogyakarta City and its environs, especially arteri road because function of road cause motorcycle enterprise possess hope can increase selling volume motorcycle. Nevertheless relation not found for installing intensity outdoor advertising motorcycle with selling volume motorcycle for reklame Papan/Billboard.

Directive for motorcycle enterprise purpose to rise selling volume motorcycle is (1) Yogyakarta City (entire Subdistrict) select various of reklame is Megatron, Cahaya, Selebaran; select function of road is Collector road; select region is Trade I Region, (2) Sleman Regency (Depok Subdistrict, Mlati Subdistrict, Godean Subdistrict, Gamping Subdistrict) select various of reklame is Megatron, Cahaya, Selebaran; select function of road is Collector road; select region is Special Region, and (3) Bantul Regency (Kasihnan Subdistrict, Sewon Subdistrict, Banguntapan Subdistrict)) select various of reklame is Megatron, Cahaya, Selebaran; select function of road is Collector road; select region is Special Region.

Key words : outdoor advertising, motorcycle, pattern of distribution, selling volume