

ABSTRAK

Efektivitas adalah suatu upaya mengerjakan pekerjaan secara keseluruhan dengan tepat (doing the right job), dengan mengefektifkan penggunaan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki perusahaan guna mencapai tujuan operasional. Bauran promosi merupakan kombinasi beberapa strategi yang dianggap paling baik berdasarkan beberapa variabel yang benar-benar dirancang guna mencapai tujuan perusahaan dalam bidang penjualan.

Tujuan Penelitian ini yakni: Mengidentifikasi karakteristik konsumen, Bauran Promosi serta menganalisa Efektivitas Promosi pada Perusahaan Libra Motor Batusangkar. Jenis data yang digunakan yakni data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, data sekunder diperoleh dari buku, skripsi terdahulu, tesis, dan informasi dari internet serta data yang berasal dari internal Perusahaan Libra Motor Batusangkar. Penelitian menggunakan analisis kuantitatif deskriptif, EPIC Model, serta Direct Rating Method dengan bantuan software SPSS versi 25.0. Sampel penelitian yakni pelanggan Libra Motor Batusangkar, dengan teknik pengambilan non-probability, metodenya yaitu purposive sampling.

Kesimpulan penelitian: Variabel Promosi melalui Iklan berada dalam rentang skala cukup efektif yaitu pada angka 3,22. Skor direct Rating Iklan berada dalam posisi promosi baik yakni pada angka 69,52. Pemasaran Interaktif berada dalam rentang skala cukup efektif yakni 3,00. Skor direct Rating Pemasaran Interaktif berada dalam posisi baik yakni 78,84. Sedangkan Promosi Penjualan dinyatakan efektif yakni 3,89. Skor direct Rating Promosi Penjualan melalui joint event serta promo komunitas berada dalam posisi promosi baik yakni pada angka 73,56.

Kata Kunci: Efektivitas, Bauran promosi, karakteristik konsumen.