

ABSTRAK

Produk rokok merupakan salah satu produk yang ikut mewarnai industrialisasi di Indonesia. Varietas produk rokok yang ada dipasar bermacam-macam baik itu produk rokok dalam negeri maupun produk rokok dari luar negeri. Salah satunya adalah produk rokok LA Lights yang dikeluarkan oleh perusahaan rokok besar di Indonesia yaitu perusahaan Djarum Tbk. LA lights adalah salah satu produk rokok ringan di Indonesia. Produk ini disebut rokok ringan karena Djarum menempatkan produk LA Lights sebagai rokok rendah tar dan nikotin. SPG adalah salah satu orang yang menentukan gagal atau suksesnya suatu perusahaan yang menggunakan *personal selling* sebagai alat promosi, dimana tugas dari SPG adalah melaksanakan penjualan dengan bertemu muka baik secara langsung maupun tidak langsung dengan calon konsumen selain itu SPG juga bertugas memberi informasi, persuasif atau membujuk dan meningkatkan target langganan tentang perusahaan dan tentang bauran pemasarannya. Adapun rumusan masalah yang ingin disampaikan oleh peneliti adalah seberapa besar pengaruh atraksi *personal sales promotion girls* rokok LA Lights dengan minat membeli rokok LA Lights pada pria perokok di Hanggar bilyard Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atraksi *personal sales promotion girl* rokok LA Lights dengan minat membeli rokok LA Lights para pria perokok di hanggar bilyard yogyakarta. Penelitian ini bersifat korelasional, yaitu untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel serta sejauh mana korelasi yang terjadi antar variabel yang diteliti tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah responden yang berada di hanggar bilyard yogyakarta. Data penelitian diambil melalui kuesioner dan juga data sekunder yang berasal dari internet, majalah, buku. Skala pengukuran data dalam kuesioner menggunakan skala ordinal, sedang untuk menghitung skor jawaban responden, peneliti menggunakan instrument pengukuran Likert yang terdiri dari kategori sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju. Selanjutnya, analisis data menggunakan teknik analisa data dengan alat uji statistik yaitu koefisien korelasi tata jenjang spearman.

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis ini terbukti signifikan sehingga pengaruh atraksi *personal sales promotion girl* terbukti berpengaruh terhadap minat membeli pada pria perokok di hanggar bilyard yogyakarta sebesar 0,9702 dengan kata lain hubungan antara variabel atraksi *personal sales promotion girl* rokok LA Lights terhadap minat membeli pada pria perokok di hanggar bilyard yogyakarta bertanda positif, artinya kedua variabel tersebut saling berbanding lurus. Hal ini dapat diartikan bahwa berdasarkan pedoman Guilford, hubungan antara atraksi *personal sales promotion girl* rokok LA Lights dengan minat membeli rokok LA Lights pada pria perokok di hanggar bilyard yogyakarta dikategorikan sangat tinggi.

ABSTRACT

The Cigarette product represents one of the product colored the industrialization in Indonesia. The existing varieties of cigarette product in the market are very much, both domestic cigarette or not. One of them, is the LA Lights cigarette released by the big cigarette company in Indonesia that is by Djarum Tbk. LA Lights is one of light cigarette product in Indonesia. This product is referred as a light cigarette because Djarum Tbk. place the product of LA Lights as low tar and nicotine cigarette. SPG (Sales Promotion Girl) is one who determine to fail or success an company using personal selling as a means of promotion, the duty from SPG is execute the sale by meet either through direct and also indirectly with the consumer candidate, the another task is that SPG also undertake to give the information, persuasive or persuade and improve the goals subscribe about company and about hotchpotch of its distribution. Then, the subject problem will be submitted researcher is how big influence of personal attraction of Sales Promotion Girls of the LA Lights with the enthusiasm for buying LA Lights Product at smoker man in Hanggar Billiyard Yogyakarta.

This research aim to know how big influence of personal attraction of Sales Promotion Girl of the LA Lights with the enthusiasm for buying LA Lights cigarette at all of smoker man in Hanggar Billiyard Yogyakarta. This research have the correlation characteristic, that is to know there is or not the influence among the variables and also how far its correlation that happened. The population in this research are responders residing in Hanggar Biliyard Yogyakarta. The data of this research is taken through questionnaire as well as secondary data coming from internet, magazine, book. Scale of data measurement in questionnaire use the ordinal scale, and to calculate the score of responder answer, researcher use the instrument of Likert measurement consisted by the category agree up to adverse opinion. Then, the data analysis use the analysis technique by the statistical test that is coefficient correlation arrange by Spearman.

Based on the research result, this hypothesis is proven with significant, so that the influence of personal attraction of Sales Promotion Girl is proven to have an effect on the enthusiasm for buying the product at smoker man in Hanggar of Biliyard Yogyakarta, by score 0,9702. This is means that relation between the variable of personal attraction of Sales Promotion Girl of the LA Lights to the enthusiasm for buying the LA Lights cigarette at smoker man in Hanggar Biliyard Yogyakarta have positive sign, its meaning that two variables are diametrically comparing each other. This matter can be interpreted that pursuant to guidance Guilford, the relation between the personal attraction of Sales Promotion Girl of the LA Lights with the enthusiasm for buying LA Lights cigarette at smoker man