

**EFEKTIVITAS PROMOSI PARKIR GRATIS PADA *GIANT* TERHADAP  
MINAT BERBELANJA KONSUMEN  
(Survei Di *Giant* Alam Sutera – Serpong)**

**Khoirul Khuluq**

**Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar efektif promosi parkir gratis pada *Giant* terhadap minat berbelanja konsumen. Pada saat ini persaingan didalam dunia usaha semakin ketat, membuat para pelaku usaha memilih beberapa faktor untuk bersaing yaitu pemasaran. Salah satu kegiatan pemasaran yaitu promosi. *Giant* juga menghadirkan promosi-promosi yang menarik bagi konsumen yaitu promosi yang baru-baru ini dihadirkan oleh *Giant* yaitu Promosi parkir gratis. Hal ini yang membuat penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar efektifkah promosi parkir gratis pada *Giant* terhadap minat berbelanja konsumen. penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode survey yang bersifat ekplanatif. Studi ini dilakukan di *Giant* Alam Sutera – Serpong dengan sampel sebesar 95 orang. Kesimpulan penelitian ini adalah menunjukkan bahwa promosi parkir gratis dapat dikatakan cukup efektif terhadap minat berbelanja konsumen. Saran penulis, Dari hasil penelitian banyak konsumen yang setuju adanya promosi parkir gratis ini. Maka diharapkan bahwa *Giant* tetap menerapkan promosi parkir gratis ini dan *Giant* seharusnya lebih menginformasikan promosi parkir gratis lebih luas bukan hanya dari *shop sign* saja namun juga bisa memanfaatkan brosur atau katalog belanja untuk menginformasikan promosi parkir gratis.

**Kata Kunci:** Efektivitas, Promosi Parkir Gratis, *Giant*, Minat Berbelanja

**THE EFFECTIVENESS OF THE PROMOTION FREE  
PARKING AT GIANT TO THE INTEREST SHOPPING CONSUMERS  
(Survey In Giant Alam Sutera – Serpong)**

**Khoirul Khuluq**

**Abstract**

The study is done to measuring how much effective promotion free parking in giant to interest shopping consumers .At the moment competition in the business world is tight, make entrepreneurs choose some factor for compete namely marketing. One of the activities marketing the promotion .Giant also presents promosi-promosi of interest to consumers that is a promotion recently presented by giant the promotion free parking .It made the writer interested to know how big efektifkah promotion free parking in Giant to interest shopping consumers . The research was done with the quantitative approach used a method of a survey of is ekplanatif . The study was conducted in Giant Alam Sutera serpong with of the sample 95. Conclusions of this research is suggests that promotion free parking is effective against shopping consumer interests .Advice writer , the research many consumers who agree with the promotion free parking this .Are expected to remain apply that giant promotion free parking this and giant supposed to be informed promotion free parking broader not only from shop sign alone but also can use brochures or katalok shopping to inform promotion free parking.

**Keywords:** effectiveness , promotion free parking , giant , interest shopping