

RINGKASAN

WIWI ANDOWO NIPM. 07 832 128 "PENGARUH PROMOSI DALAM MENINGKAT VOLUME PENJUALAN MOBIL TOYOTA PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL, TBK TOYOTA SALES OPERATION (AUTO 2000) MEDAN". Dibawah Bimbingan (Prof. Dr. H. Sya'ad A, SE, MEd sebagai Pembimbing I, dan Ihsan Effendi, SE, MSi, Sebagai Pembimbing II).

PT. Astra Internasional, Tbk, Toyota Sales operation (auto 2000) Medan melakukan promosi yang baik, maka dengan demikian akan mengakibatkan penjualan peningkatan penjualan sangat dipengaruhi oleh kegiatan promosi yang benar-benar disusun serta dijalankan dengan baik dan terarah, karena promosi merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan penjualan. Jika promosi yang dijalankan oleh perusahaan tidak baik, maka penjualan tidak akan meningkat. Oleh karena itu setiap perusahaan akan melakukan promosi yang baik guna menghasilkan penjualan yang maksimal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publisitas dalam meningkatkan penjualan mobil Toyota pada PT. Astra Internasional, Tbk Medan dan untuk mengetahui peningkatan penjualan yang dicapai setelah dilakukan promosi pada perusahaan. Jenis penelitian ini asosiatif, menurut Sugiyono (2005:11), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara periklanan, penjualan pribadi dan promosi penjualan terhadap variable penjualan dan seberapa eratnya pengunjung yang membeli mobil Toyota pada masa penelitian. Dengan demikian pengambilan sampel yang penulis lakukan di PT. Astra Internasional, Tbk Medan menggunakan *sampling aksidental* merupakan bagian dari *non probability sampling* dan dari 40 kuesioner yang tersebar 30 kuesioner diisi oleh pengunjung PT. Astra Internasional, Tbk. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa pengamatan/observasi dan menyebarkan angket pada responden berupa yang dijadikan sampel penelitian serta data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik analisis yang dipergunakan adalah regresi linear berganda dengan memakai program *software SPSS 15.00 for windows*.

Dari perhitungan diperoleh Y artinya konstanta periklanan, promosi penjualan dan penjualan pribadi mempunyai peranan yang positif dan signifikan terhadap minat beli mobil Toyota. Dari nilai R Square dalam penelitian ini Hal ini menunjukkan bahwa variable minat beli dapat dijelaskan oleh variable promosi. Dari uji simultan diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya periklanan, penjualan pribadi dan promosi penjualan mempunyai peranan positif dan signifikan terhadap minat beli mobil pada PT. Astra Internasional, Tbk.

Kata kunci : Promosi, Penjualan Mobil Toyota