

TUGAS AKHIR

STRATEGI BAURAN PROMOSI PADA MOBIL TOYOTA DI PT. INTERCOM MOBILINDO

PADANG



2017

ABSTRAK

Promosi merupakan salah satu upaya keberhasilan dalam menyampaikan produk atau jasa kepada para calon pelanggan. Karena tidak sedikit produk dan jasa yang sebaik apapun, ditetapkan harganya, dan didistribusikan dapat bertahan tanpa promosi. Fungsi utama suatu promosi dalam perusahaan adalah untuk meyakinkan calon pelanggan bahwa barang atau jasa yang ditawarkan memiliki keunggulan yang berbeda dibandingkan dengan produk dan jasa pesaing.

Strategi promosi yang diterapkan oleh perusahaan harus disusun dengan tepat agar tujuan yang ditetapkan dapat tercapai. Strategi promosi ini disebut Bauran Promosi (*Promotional Mix*), yang meliputi periklanan, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat (*publicity*), penjualan pribadi (*personal selling*). Setelah memperhatikan bauran promosi diatas, diharapkan perusahaan dapat mengetahui perilaku para konsumen dalam memilih produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan demikian perusahaan akan dapat mengetahui parameter keberhasilan promosi dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen yang akan mempengaruhi peningkatan volume penjualan dalam perusahaan.

