

## ABSTRAK

**Irwan, Tahun 2018. Pengaruh *Promotion Mix* terhadap Peningkatan Penjualan Mobil pada PT. Toyota Hadji Kalla Makassar Cabang Urip Sumohardjo, Skripsi Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Bapak Drs. H. Muhiding Daweng, MM dan Pembimbing II Bapak Irwan Abdullah, S.Sos., MM.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *promotion mix* terhadap peningkatan penjualan mobil pada PT. Toyota Hadji Kalla Makassar Cabang Urip Sumoharjo. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dari penelitian ini diambil langsung dari Manager Pemasaran PT. Toyota sendiri dengan cara wawancara langsung dan pemberian kuesioner pada karyawan.

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh bahwa dari adanya *promotion mix* yang dilakukan oleh PT. Toyota hadji Kalla Makassar ternyata mampu menarik minat konsumen untuk lebih memilih produk toyota dibanding yang lain dilihat dari meningkatnya penjualan produk, maka penerapan *promotion mix* sangat efektif dalam meningkatkan jumlah penjualan mobil pada PT. Toyota hadji Kalla Makassar Cabang Urip Sumoharjo.

Kata Kunci : *promotion mix*, dan Penjualan.