

ABSTRAK

HARTINA 2018. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Mobil Toyota Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar, Skripsi program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Di bimbing oleh Pembimbing I Andi Mappatempo dan Pembimbing II Nasrullah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Mobil Toyota Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Deskriptif Kuantitatif. Penelitian dilaksanakan pada perusahaan PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo di kota Makassar, dengan memilih pelanggan sebagai sampel penelitian. Teknik Pengumpulan Data yang digunakan pada penelitian ini adalah pengamatan, kuesioner dan dokumentasi.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran promosi yang terdiri atas Periklanan (*Advertising*) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka nilai $(0,05) > \text{Sig } (0,000)$ dengan nilai t hitung sebesar $(9,285) > T_{\text{tabel}} (1,661)$, Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*) nilai $(0,05) > \text{Sig } (0,000)$ dengan nilai t hitung sebesar $(7,167) > T_{\text{tabel}} (1,661)$, Promosi Penjualan nilai $(0,05) > \text{Sig } (0,000)$ dengan nilai t hitung sebesar $(6,764) > T_{\text{tabel}} (1,661)$, Publisitas, nilai $(0,05) > \text{Sig } (0,000)$ dengan nilai t hitung sebesar $(4,928) > T_{\text{tabel}} (1,661)$. secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan mobil Toyota pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar

Kata Kunci : Bauran Promosi, Peningkatan Penjualan

ABSTRACT

HARTINA 2018. The influence of the promotional Mix Toward increased sales of Toyota cars On PT Hadji Kalla Urip Sumoharjo Makassar City Branch, Theses courses Faculty of Economics and Business Management University of Muhammadiyah Makassar. Guided by I Andi Mappatempo II Nasrullah.

This research aims to know the influence of the promotional Mix Toward increased sales of Toyota cars On PT Hadji Kalla Urip Sumoharjo Makassar City Branch. The type of research used in this research is Descriptive Quantitative Research. The research was carried out on company PT Hadji Kalla Urip Sumoharjo Branch in the city of Makassar, with select customers as research samples. Data collection techniques used in this research is the observation, questionnaires and documentation ... The results showed that the promotion mix consists of advertising (Advertising) the length of the value significance of 0.000. The value of $(0.05) > \text{Sig} (0.000)$ with value t calculate registration $(9,285) > T\text{tabel} (1.661)$, sales of Individual (Personal Selling) values of $(0.05) > \text{Sig} (0.000)$ with value t calculate registration $(7.167) > T\text{tabel} (1.661)$, sales promotion value of $(0.05) > \text{Sig} (0.000)$ with value t calculate registration $(6.764) > T\text{tabel} (1.661)$, publicity, values $(0.05) > \text{Sig} (0.000)$ with value t calculate registration $(4.928) > T\text{tabel} (1.661)$. are positive and significant influential persial against Toyota in car sales PT Hadji Kalla Urip Sumoharjo Makassar City Branch

Keywords: Promotional Mix, Increased Sales