

ABSTRAK

ZAENAL ABIDIN.2017, *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Mobil Toyota Calya Pada PT. Toyota Hadji Kalla Cabang Sultan Alauddin Makassar* . Dibimbing oleh Agussalim, HR (pembimbing I) dan Ismil Badollahi (pembimbing II)

Dalam penelitian yang berjudul Analisis Strategi Bauran Pemasaran terhadap penjualan mobil Toyota Calya pada PT.Toyota Hadji Kalla Cabang Sultan Alauddin Makassar. Dianalisis tentang konsep bauran pemasaran yang dikaitkan dengan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel produk, harga, promosi dan distribusi terhadap penjualan.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 54 orang responden yang berdomisili di wilayah Makassar. Alat analisis yang dipergunakan adalah regresi linear berganda pada program SPSS.

Hasil Analisis data menunjukkan bahwa semua hipotesis dapat dibuktikan sehingga dapat disimpulkan bahwa penjualan dipengaruhi oleh variabel produk, harga, promosi, dan distribusi. Penelitian ini juga menghubungkan hasil penelitian dengan implikasi teoritis dan implikasi kebijakan bagi manajemen yang diuraikan pada bagian kesimpulan. Keterbatasan penelitian dan agenda penelitian mendatang dapat dijadikan acuan bagi para peneliti berikutnya.

Kata Kunci : PT. Toyota, Toyota Calya, Bauran pemasaran .