

ABSTRAK

Perkembangan sektor otomotif begitu pesat, hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan populasi unit kendaraan roda dua maupun roda empat yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Maka kebutuhan penggunaan ban kendaraan akan bertambah seiring peningkatan populasi kendaraan, karena ban merupakan bagian penting pada kendaraan. PT. MASA sebagai salah satu perusahaan produsen ban mobil dan motor, melakukan eksplorasi market dengan melihat potensi yang ada untuk mendapatkan peluang meningkatkan penjualan dari PT MASA sebagai penyedia ban kendaraan. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh material promosi dan iklan terhadap volume penjualan dan mengetahui peluang meningkatkan penjualan ban di PT. MASA. Untuk mengetahui pengaruh tersebut maka dilakukan penelitian terhadap 4 variabel promosi dan iklan yakni Voucher, Sponsorship, iklan di Televisi, dan Papan Reklame. Dengan metode Analisis Regresi Linier Berganda untuk memperoleh perhitungan dan analisa data mengenai pengaruh tersebut dengan kriteria data 48 sampel/ perbulan selama tahun 2013-2016. Sehingga dapat diketahui hasil bagaimana promosi dan iklan pada PT. MASA dengan volume penjualan. Pengaruh volume penjualan ban sebesar 71 % dipengaruhi secara bersamaan oleh ke empat variabel tersebut. Sehingga dapat diketahui peluang bagaimana meningkatkan promosi dan iklan di PT. MASA untuk meningkatkan volume penjualan di masa mendatang.

Kata Kunci : Promosi, Iklan, Volume Penjualan, Analisis Regresi Linier

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The development of automotive sector so rapidly, this can be seen from the population growth of two-wheeled vehicles and four-wheel units that continue to increase from year to year. So the need for vehicle tires will increase as the vehicle population increases, because tires are an important part of the vehicle. PT MASA as one of the tire and motorcycle manufacturers, explores the market by looking at the potential to gain an opportunity to increase sales from PT MASA as a provider of vehicle tires. This study discusses the influence of promotional materials and advertising on sales volume and know the opportunity to increase tire sales at PT. MASA. To know the effect, then conducted research on 4 variables of promotion and advertisement that is Voucher, Sponsorship, Advertisement in Television, and billboards. With Multiple Linear Regression Analysis method to get the calculation and data analysis about the effect with the data criterion 48 samples / per month during year 2013-2016. So that can know the result how promotion and advertisement at PT. MASA with sales volume. The influence of tire sales volume by 71% is influenced simultaneously by the four variables. So that can know the opportunity how to increase promotion and advertisement in PT MASA to increase sales volume in the future.

Keywords: Promotion, Ads, Sales Volume, Linear Regression Analysis



UNIVERSITAS
MERCU BUANA