

ABSTRAKSI

Nama : Desy Kartika Sari
NIM : D0G005316
Program Studi : D-III Pemasaran
Judul : **Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Tabloid Otospeed PT. Masscom Media Semarang**

Perusahaan dan pelanggan adalah dua subjek yang mempunyai karakteristik yang berbeda. Oleh sebab itu diperlukan usaha untuk menghubungkan keduanya agar tercipta suatu hubungan yang dilandasi saling pengertian dan menguntungkan.

Tabloid Otospeed adalah tabloid yang berisi tentang dunia otomotif. Tabloid Otospeed dalam memusatkan produk menggunakan bauran promosi supaya produk dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat. Promosi adalah ujung tombak dari kelangsungan, dan perkembangan perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode penulisan yang bersifat deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan bauran promosi untuk meningkatkan volume penjualan Tabloid Otospeed, sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan studi pustaka, jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Dari penelitian dapat diketahui faktor-faktor bauran promosi Tabloid Otospeed yang dipengaruhi oleh dana perusahaan, sifat pasar serta sifat produk. Pada bauran promosi Tabloid Otospeed meliputi kegiatan periklanan di media cetak, personal selling oleh agen dan pengecer jalanan, publisitas dan promosi penjualan. Hambatan yang dihadapi berkaitan dengan penerapan bauran promosi pada Tabloid Otospeed meliputi keterbatasan iklan, mahalanya personal selling, rawannya publisitas perorangan serta promosi penjualan yang sifatnya sementara. Biaya promosi dan volume penjualan pada Tabloid Otospeed selama lima tahun banyak mengalami kenaikan.

Berdasarkan analisa penulis, kesimpulan yang dapat diambil adalah bauran promosi untuk meningkatkan volume penjualan Tabloid Otospeed meliputi periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan. Dan saran yang dapat diambil dari kesimpulan tersebut adalah hendaknya penerapan bauran promosi untuk meningkatkan volume penjualan dapat dipertahankan jika perlu ditingkatkan dengan baik mengingat persaingan perusahaan tabloid semakin meningkat maka hendaknya frekuensi promosi dapat ditambah dengan harapan jumlah pelanggan meningkat sehingga volume penjualan pun dapat bertambah.