

ABSTRAK

Persaingan kendaraan bermotor di Yogyakarta saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat, persaingan tersebut dilakukan oleh perusahaan PT Harpindo Jaya Yogyakarta. Fokus dalam penelitian ini untuk mengetahui kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Harpindo Jaya dalam mencapai peningkatan penjualan produk motor Yamaha di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui aktivitas promosi PT. Harpindo Jaya Yogyakarta dalam meningkatkan penjualan. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini ialah metode penelitian deskriptif kualitatif. Objek penelitian aktivitas promosi yang diteliti oleh peneliti, merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan kendaraan bermotor merek Yamaha yang bertempat di dealer PT. Harpindo Jaya Yogyakarta. Salah satu aktivitas promosi yang dilakukan PT. Harpindo Jaya Yogyakarta yaitu menggunakan bauran promosi (*Promotion mix*). Bauran promosi tersebut digunakan untuk meningkatkan penjualan motor Yamaha. Dari tingkat penjualan motor Yamaha di PT. Harpindo Jaya Yogyakarta pada bulan Januari sampai dengan Mei tahun 2017, diperoleh hasil yaitu terjadi peningkatan penjualan dengan bauran promosi yang dipakai dalam aktivitas promosi tersebut yaitu dengan aktivitas periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, publisitas dan pemasaran langsung.

Kata kunci: Komunikasi Promosi, PT. Harpindo Jaya Yogyakarta, Aktivitas Promosi, Produk Motor Yamaha, Bauran Promosi.

ABSTRACT

Competition Growth of motor vehicles in Yogyakarta is currently experiencing a very rapid increase, the competition is done by the company PT Harpindo Jaya Yogyakarta. The focus in this research is to know the promotion activities conducted by PT. Harpindo Jaya in achieving increased sales of Yamaha motorcycle products in Yogyakarta. This study aims to determine the promotion activities of PT. Harpindo Jaya Yogyakarta in increasing sales. The research method used in this research is descriptive qualitative research method. The object of research promotional activity investigated by the researcher, is a company engaged in the sale of Yamaha brand motor vehicle located at the dealer PT. Harpindo Jaya Yogyakarta. One of the promotional activities undertaken by PT. Harpindo Jaya Yogyakarta is using promotion mix (Promotion mix). The promotion mix is used to increase sales of Yamaha motorcycles. From the level of sales of Yamaha motorcycles at PT. Harpindo Jaya Yogyakarta in January to May 2017, obtained the result that there is an increase in sales with promotional mix used in promotional activities such as advertising, personal selling, sales promotion, publicity and direct marketing.

Keywords: Communication Promotion, PT. Harpindo Jaya Yogyakarta, promotional activities, Yamaha Motor Products, Promotion Mix