

# **ANALISIS PENGARUH BIAYA IKLAN TERHADAP PENJUALAN PRODUK PT TOYOTA-ASTRA MOTOR**

**GALILEO YAHANES, ELY SAPTO UTOMO, SE, MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

Promosi adalah hal yang penting bagi perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumen atau pihak yang membutuhkan. Promosi juga sebagai strategi bagi perusahaan dalam mencapai tujuan yang diinginkan selain strategi produk, dan yang lainnya. Tanpa promosi, produk yang dihasilkan oleh perusahaan tidak akan sampai ketangan konsumen. Promosi disini adalah promosi dengan menggunakan periklanan yaitu media cetak seperti surat kabar dan media elektronik seperti televisi yang dilakukan oleh PT. Toyota-Astra Motor. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan periklanan pada perusahaan, untuk mengetahui serta mengukur sejauh mana hubungan periklanan pada Surat Kabar dan TV terhadap penjualan pada perusahaan serta untuk menganalisis hubungan periklanan pada Surat Kabar dan TV terhadap penjualan produk pada perusahaan. Dalam mengolah data yang diperoleh, penulis menggunakan regresi linier berganda. Dari pembahasan yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa iklan melalui Surat Kabar dan Televisi sangat membawa pengaruh terhadap penjualan.