

ABSTRAK

Adam Rizki Ramadhan, 30216086

KEGIATAN PROMOSI PADA PT. TOYOTA MOTOR MANUFACTURING

Laporan Kerja Praktik, Program Studi Manajemen Pemasaran, Program DIII Bisnis dan Kewirausahaan, Universitas Gunadarma, 2019

Kata Kunci : Promosi, Bauran promosi

(xi + 27)

Promosi sebagai salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Oleh karna itu promosi memberikan sumbangan besar dalam menentukan kinerja pemasaran dan dapat membantu perusahaan untuk mempengaruhi calon konsumennya untuk mencapai produk yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga akan dapat meningkatkan volume penjualan. Agar memberikan pengaruh yang sangat luar biasa, kegiatan promosi ini harus di operasionalkan melalui program-program yang direncanakan. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan dan kebutuhannya, hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi

Tujuan kerja praktik ini adalah untuk mengetahui kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Toyota Motor Manufacturing. Berdasarkan penulisan laporan kerja praktik ini, metode yang digunakan untuk penyusunan laporan kerja praktik ini, metode yang di gunakan untuk penyusunan Laporan Kerja Praktik ini adalah kerja praktik, wawancara pihak terkait, dan *observasi* (pengamatan).

Berdasarkan hasil kerja praktik, kegiatan promosi PT. Toyota Motor Manufacturing hanya menerapkan beberapa kegiatan promosi. Periklanan(*Advertising*), Pemasaran langsung(*Direct Marketing*), Promosi Penjualan(*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat(*Public Relation*)

Daftar Pustaka (2001-2010)