

ABSTRAK

Edi Aswar, 2024. “*Strategi Sales Promotion Dalam meningkatkan Penjualan Produk PT Hadji Kalla Toyota Palopo*”. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Palopo (IAIN) Palopo. Dibimbing oleh Ibu Muzayyanan Jabani, ST., M. M

Skripsi ini membahas tentang strategi sales promotion dalam meningkatkan penjualan produk PT Hadji Kalla Toyota Palopo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan sales promotion dalam meningkatkan penjualan produk PT Hadji Kalla Toyota Palopo. Skripsi ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan jenis penelitian pendekatan kualitatif tipe deskriptif. Lokasi penelitian ini adalah di PT Hadji Kalla Toyota Kota Palopo. Subjek penelitian ini adalah para sales yang bekerja di PT Hadji Kalla Toyota Kota Palopo. Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi sales promotion dalam meningkatkan penjualan Produk PT. Hadji Kalla Toyota Palopo tentang penjualan langsung dimana melakukan kontak langsung dengan customer seperti halnya dengan personal selling dan public relation yaitu saling bertatap muka langsung dengan customer, biasanya langsung berkunjung kerumah customer atau ditempat lain diluar perusahaan. Adapun peluang dari penjualan langsung, yaitu: *Event-event* pameran yang diikuti Kalla Toyota berskala Internasional seperti *GIAS* dan *IIMS*. Lebih mudah untuk berkomunikasi langsung dengan customer.

Kata Kunci: Strategi, Sales Promotion