

INTISARI

Saat ini pertumbuhan sarana transportasi berlangsung dengan cepat seiring dengan perkembangan teknologi dan pembangunan di segala bidang. Mulai tahun 2006 hingga 2008, total penjualan mobil di Indonesia menunjukkan angka yang terus meningkat. Berdasarkan pangsa pasar secara nasional, mobil produk Astra International menjadi urutan pertama dengan menguasai pangsa pasar sebanyak 52,4%. Dua merek Astra International yang saling mengejar dengan selisih *market share* yang sangat tipis adalah Daihatsu dan Toyota. Produk Daihatsu yang mencapai angka penjualan tertinggi pada tahun 2008 adalah Daihatsu Xenia, sedangkan Toyota Avanza merupakan produk Toyota yang mencapai angka penjualan tertinggi pada tahun 2008. Daihatsu Xenia dan Toyota Avanza merupakan produk yang sama, hanya nama merek yang membedakan antara kedua produk tersebut. Dengan kualitas produk yang sama, Daihatsu Xenia menawarkan harga yang lebih menarik dari Toyota Avanza atau dikatakan lebih *good value of money*. Selain itu, biaya servis Daihatsu Xenia lebih murah jika dibandingkan biaya servis Toyota Avanza. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan *promotion mix* pada Daihatsu Xenia di PT. Astra International Daihatsu dalam upaya mencapai volume penjualan, serta mengetahui seberapa besar pengaruh *promotion mix* terhadap volume penjualan pada Daihatsu Xenia PT. Astra International Daihatsu. Adapun perusahaan yang dipilih adalah PT. Astra International Daihatsu di Jalan Raya Waru KM 15 Sidoarjo, karena perusahaan tersebut merupakan pusat dari seluruh Daihatsu di Indonesia Timur.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari data *promotion mix* serta volume penjualan Daihatsu Xenia di PT. Astra International Daihatsu di Jalan Raya Waru KM 15 Sidoarjo pada tahun 2006-2008. Analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya *promotion mix* terhadap volume penjualan pada Daihatsu Xenia PT. Astra International Daihatsu. Hal ini berarti semakin tinggi biaya *promotion mix*, maka volume penjualan pada Daihatsu Xenia PT. Astra International Daihatsu akan semakin meningkat.

Key words: *promotion mix*, volume penjualan