

ABSTRAK

Michael Wijaya (04120080042)

PERAN SALES PROMOTION DALAM MEMPROMOSIKAN TOYOTA ALL NEW AVANZA MELALUI SALES STAGES PROCESS DI AUTO2000 JAYAKARTA

(xii + 104 halaman: 7 gambar, 1 tabel, 11 lampiran)

Laporan Tugas Akhir ini berjudul **PERAN SALES PROMOTION DALAM MEMPROMOSIKAN TOYOTA ALL NEW AVANZA MELALUI SALES STAGES PROCESS DI AUTO2000 JAYAKARTA**. Penulisan Laporan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui dan mempelajari peran *sales promotion* dalam mempromosikan Toyota All New Avanza melalui *sales stages process* yang dilakukan oleh Auto2000 Jayakarta.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dijelaskan oleh Penulis dalam Laporan Tugas Akhir, komunikasi merupakan peran yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan bertransaksi dengan pelanggan. Komunikasi yang baik dengan pelanggan dapat meminimalisir masalah yang dihadapi dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Peran *sales promotion* dalam mempromosikan Toyota All New Avanza bertujuan untuk memberikan nilai tambah lebih kepada pelanggan seperti, *test drive, free premiums, rebates, loyalty programs*, dan *event marketing*. Para wiraniaga menambahkan nilai tambah kepada pelanggan pada saat melakukan *sales stages process*. Di dalam *sales stages process*, para wiraniaga diperlukan untuk berkomunikasi yang baik kepada pelanggan untuk membangun hubungan baik.

Kesimpulan dari Penulis adalah peran *sales promotion* yang dihubungkan dengan *sales stages process* dan penambahan proses negosiasi ke dalam *sales stages process* dalam mempromosikan Toyota All New Avanza yang bertujuan untuk menambahkan nilai lebih kepada para pelanggan dan juga membangun hubungan baik.

Referensi: 15 (1997-2012)

ABSTRAC

Michael Wijaya (04120080042)

PERAN SALES PROMOTION DALAM MEMPROMOSIKAN TOYOTA ALL NEW AVANZA MELALUI SALES STAGES PROCESS DI AUTO2000 JAYAKARTA

(xii + 104 pages: 7 pictures, 1 table, 11 appendixs)

This final report entitled **PERAN SALES PROMOTION DALAM MEMPROMOSIKAN TOYOTA ALL NEW AVANZA MELALUI SALES STAGES PROCESS DI AUTO2000 JAYAKARTA**. Writing of this Final Report aims to identify and study the role of sales promotion in the promotion of All New Toyota Avanza through the sales process stages carried out by Auto2000 Jayakarta.

Based on the observations described by the Author in the Final Report, communication is a very important role in the successful of dealing with customers. Good communication skills with customers is to minimize the problems encountered and to build good relationship with customers. Sales promotion roles in promoting All New Toyota Avanza aims to provide more added value to customers such as, test drive, free premiums, rebates, loyalty programs, and event marketing. The salesperson adds value to the customers at the time of the sales process stages. In the sales stages process, salespeople need to communicate well to the customers to build relationship.

The conclusion of the authors is the role of sales promotion sales stages associated with the negotiation process and the addition to the sales process stages in promoting the All New Toyota Avanza which aims to add more value to customers and also build rapport.

Reference: 15 (1997-2012)