

## ABSTRAK

**Judul : Analisis Bauran Promosi pada CV Singgalang Motor Padang**

**Pembimbing : Whyosi Septrizola, SE, MM.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan strategi bauran promosi pada CV Singgalang Motor Padang: (1) *Personal Selling*, (2) *Sales Promotion*, (3) *Advertising*, (4) pemasaran Interaktif.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi yang terjadi sesungguhnya, serta mengklasifikasikan data dari hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata yang tersusun rapi dan jelas. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Dari hasil pembahasan dapat dijelaskan bahwa Pelaksanaan bauran promosi pada CV Singgalang melaksanakan *Personal Selling* untuk mempromosikan produknya berupa mobil bekas. *Personal selling* yang dilakukan merupakan strategi bauran promosi yang diprioritaskan oleh perusahaan, CV Singgalang Motor Padang melaksanakan *Sales Promotion* untuk mempromosikan produknya. *Sales Promotion* yang dilakukan CV Singgalang Motor Padang berupa pelaksanaan pameran (*exhibition*), *showroom event*, potongan harga, dan pemberian hadiah, Singgalang Motor Padang melaksanakan *Advertising* dalam bentuk billboard dan baliho yang dipasang di sekitaran *showroom*. CV Singgalang Padang Motor tidak menggunakan iklan, seperti di televisi, radio, dan media iklan lainnya karena menggunakan biaya yang cukup besar, dan CV Singgalang Motor Padang menggunakan pemasaran interaktif untuk mempromosikan produknya. Pemasaran interaktif yang digunakan CV Singgalang Motor Padang dalam bentuk web OLX.

**Kata Kunci : Bauran Promosi**