

Analisa efektivitas kegiatan promosi terhadap penjualan televisi berwarna 14 Panasonic PT. National Panasonic Gobel

Werry Buswir, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184324&lokasi=lokal>

Abstrak

Dewasa ini, perkembangan teknologi canggih dan pentingnya komunikasi dan informasi menjadikan televisi sebagai salah satu media perantara sangat dibutuhkan. Hal ini menyebabkan dampak peningkatan permintaan terhadap produk televisi. Beberapa perusahaan televisi berusaha memenuhi permintaan konsumen. Persaingan beberapa produsen televisi sekarang ini cukup ketat, masing-masing perusahaan menjalankan kegiatan pemasarannya secara lebih efektif dan efisien dibanding para pesaingnya, dan salah satu kegiatan pemasaran yang aktif dilakukan adalah promosi. Seperti pada televisi yang sedang tumbuh pesat dan bersaing ketat, permasalahan yang dihadapi oleh produsen dalam kegiatan promosi antara lain bahwa peningkatan biaya promosi tidak selalu dapat meningkatkan hasil penjualan yang sama besar atau lebih.

Atas dasar alasan tersebut, dipilih salah satu televisi sebagai objek penelitian, yaitu PT. Panasonic Gobel. Diadakan penelitian atas marketing mix yang dilakukan, terutama hubungan antara kegiatan promosi terhadap penjualan televisinya.

Hasil analisa terhadap perusahaan tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut, artinya bahwa kegiatan promosi yang dilakukan antara tahun kuartal 1990-1993 telah meningkatkan hasil penjualannya. Namun, penulis mencoba untuk memberikan saran-saran bagi peningkatan efektivitas kegiatan promosi yang terangkum dalam akhir pembahasan skripsi ini.