

## ABSTRAK

Kemajuan industri otomotif Indonesia cukup pesat, diketahui bahwa penjualan otomotif di Indonesia unggul 7,5 % dari Thailand dan pertumbuhan penjualan domestik Indonesia mencapai 23,6% per tahun. Gaikindo Indonesia Internasional Auto Show adalah sebuah acara pameran mobil yang diselenggarakan oleh Gabungan Industri Kendaraan Indonesia (GAIKINDO) tiap tahun. Tata Motors adalah salah satu *exebitor* baru di GIIAS, tetapi Tata Motors dapat menempati urutan ke 4 dan dapat bersaing dengan pesaing terdekatnya.

Tata Motors menggunakan strategi *sales promotion* pada saat GIIAS berlangsung. *Sales promotion* sendiri merupakan bagian dari bauran pemasaran atau *marketing mix*. *Sales promotion* terdiri dari beberapa insentif yaitu, *consumer promotion*, *trade promotion*, dan *business promotion*.

Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan tipe penyelidikan kausal dan analisis deskriptif. Menggunakan *sales promotion* sebagai variabel independen dengan subvariabel *consumer promotion*, *trade promotion*, dan *business promotion* sebagai x1, x2, dan x3, serta penjualan sebagai variabel dependen. Jumlah responden penelitian ini adalah 183 responden. Kuisisioner telah diuji validitas dan reliabilitasnya dengan tingkat signifikansi 5% dan didapat sebanyak 44 pertanyaan dinyatakan valid dan reliabel.

Hasil penyebaran kuisisioner kepada 183 responden diolah dengan melakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil dari uji tersebut kuisisioner berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, dan tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *sales promotion* terhadap penjualan Tata Motors yaitu sebesar 15.2%, sementara hasil uji t menunjukkan bahwa subvariabel *consumer promotion* berpengaruh signifikan terhadap penjualan Tata Motors, dan dua variabel lainnya tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan Tata Motors.

**KATA KUNCI :** *Marketing Mix; Sales Promotion; Penjualan; Tata Motors; GIIAS 2015.*