ABSTRAK

Perkembangan industri mobil di Indonesia semakin hari semakin pesat sehingga memunculkan persaingan antara produsen mobil yang berlomba–lomba mengeluarkan desain mobil terbaru unuk memuaskan keinginan para konsumennya. Dengan melihat Indonesia merupakan pasar potensial untuk pemasaran mobil membuat para produsen mobil memanfaatkan kesempatan tersebut. AUTO 2000 Soekarno-Hatta Bandung, Melakukan promosi dan menggencarkan strategi agar sales aktif dalam mempromosikan produk kepada konsumen dengan harapan penjualan perusahaan dapat meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi dan analisis SWOT terhadap AUTO 2000 Cabang Soekarno-Hatta Bandung.

Jenis penelitian ini adalah metode kualitatif. Dalam penelitian ini, dengan melakukan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini dengan melakukan Analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui kegiatan promosi dan analisi SWOT, AUTO 2000 Cabang Soekarno-Hatta Bandung. Promosi yang dilakukan cukup baik, dan hasil dari analisis SWOT menghasilkan beberapa strategi yang dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan promosi dan penjualan dengan para kompetitornya.

Kata Kunci: Pemasaran, Bauran Promosi, Analisis SWOT.