

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran adalah salah satu kegiatan pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan maupun produk agar bersedia menerima, membeli, dan setia kepada produk yang ditawarkan produsen.

Showroom Yosi Motor dihadapkan dengan tantangan untuk meningkatkan penjualan. Tantangan tersebut secara tidak langsung menuntut *Showroom* Yosi Motor mengembangkan kinerja mereka. Cara perusahaan melakukan promosi yaitu dengan cara melakukan iklan. *Showroom* Yosi Motor melakukan iklan melalui brosur, pamflet, ataupun melakukan iklan di koran harian, dan pada *marketplace* OLX, upaya tersebut ternyata belum membuat konsumen tertarik pada produk yang ditawarkan oleh *Showroom* Yosi Motor

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan menyebarkan kepada 200 responden yang merupakan konsumen *Showroom* Yosi Motor. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.

Kata kunci: iklan, Harga, Keputusan Pembelian

