Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi *Advertising and Marketing Communications* 2010
Ardi Atmawijaya
44310010030

Strategi Promosi Business to Consumers Siloam Hospital Dalam
Program Medical Check Up Periode Januari – Mei 2015
Jumlah Halaman : IX + 100 halaman + 8 lampiran
Bibliografi : 23 buku (tahun 1998 – 2012), 1 situs resmi Siloam Hospital

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji mengenai strategi promosi business to consumers Siloam Hospital dalam program medical check up periode Januari – Mei 2015. Objek yang peneliti gunakan adalah Siloam Hospital sebagai salah satu industri jasa pelayanan kesehatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memberikan gambaran tentang : Strategi promosi business to consumers Siloam Hospital dalam program medical check up periode Januari – Mei 2015.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu komunikasi, komunikasi pemasaran, pemasaran jasa, bauran pemasaran, strategi promosi, perencanaan strategi promosi, pelaksanaan strategi promosi, elemen bauran promosi, promosi penjualan, push strategi, bisnis ke konsumen, medical check up, pelayanan dalam pemasaran jasa, pelayanan kesehatan rumah sakit.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis adalah studi kasus karena peneliti memperoleh data penelitian dengan melakukan wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumen. Penelitian ini juga menggunakan paradigma positivis yang mana peneliti dapat mengembangkan teori sebagai bagian dari hasil proses penelitian berdasarkan data-data.

Penelitian ini menggunakan proses perencanaan dan pelaksanaan dalam melakukan strategi promosi. Dimana dalam perencanaan strategi promosi langkah pertama yang dilakukan yaitu seleksi mendasar dan kritis, menetapkan tujuan dasar dan strategis, menyusun perencanaan tindakan, dan mempertimbangkan keunggulan Siloam Hospital. Dilanjutkan dalam pelaksanaan strategi promosi Siloam Hospital.

Siloam Hospital menggunakan 6 jenis pull strategy dalam promosi B2C (business to consumers) dalam program Medical Check Up, diantaranya Strategi Premium, Strategi Bundling, Strategi Acara dan penglaman, Strategi Undian, dan Strategi Diskon Harga.

http://digilib.mercubuana.ac.id/