



**UNIVERSITAS MERCUBUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING**

Judul Skripsi : **AKTIVITAS *EVENT* LOIS JEANS INDONESIA MELALUI PROGRAM SALES PROMOTION DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN** (Periode Mei -Agustus 2012)
Nama : Rachmad Maekonanto
Nim : 44308110044
Bibliografi : I-V Bab, (i-x) + 130 Halaman; 13 Gambar; 2 Tabel; 1 Skripsi; 39 Buku (1985-2011); 1 Majalah; 5 Website

ABSTRAKSI

Pertumbuhan pasar jeans meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan pertumbuhan penduduk. Oleh karena Lois Jeans menjadi salah satu merek jeans yang digemari anak muda, maka Lois Jeans dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif dalam membuat aktivitas pemasaran yang menarik agar terus menjadikan merek ini memiliki nilai penjualan yang bagus.

Event di anggap sebagai salah satu alat bantu komunikasi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan produk kepada klien (konsumen). Aktivitas event terbagi menjadi tiga bagian, yaitu Calendar Event, Momentum Event, dan Special Event. Tujuan penjualan adalah bagian akhir yang hendak dicapai melalui komunikasi itu, seperti halnya prinsip pemasaran modern menganggap bahwa upaya pemasaran ditujukan untuk mendorong penjualan saat itu juga penjualan yang berlanjut di kemudian hari. Penulis tertarik ingin mengetahui " Aktivitas Event Lois Jeans Indonesia Melalui Program Sales Promotion Dalam Meningkatkan Penjualan Periode Mei -Agustus 2012 ?"

Dalam membahas tentang aktivitas event yang digunakan oleh Lois Jeans Indonesia untuk meningkatkan penjualan ini bersifat deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif. Pada metode penelitian kualitatif ini, penulis memilih menggunakan metode studi kasus, dimana penulis melakukan wawancara mendalam (depth interviews).

Beragam aktivitas event yang dilakukan oleh Lois Jeans Indonesia Calendar Event mengikuti PRJ. Momentum Event War Of Dance di Surabaya, War Of Dance di Medan. Special Event Opening Showroom di Mall Kota Kasablanka, Jakarta. Opening Showroom di Mall Panakukang, Makassar. Sponsorship Lois Jeans Indonesia di event Musikal Lutung. Aktivitas event ini ditujukan untuk mendorong penjualan saat itu juga penjualan yang berlanjut di kemudian hari. Aktivitas event ini mempunyai kendala yaitu budget yang sedikit tapi hasilnya harus maksimal. Dan cara mengatasinya dengan cara menggandeng EO yang grupnya media.