



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING
COMMUNICATION & ADVERTISING**

ABSTRAKSI

Achmad Widadi (44305120030)
Strategi Promosi Motorku PT Wom Finance Dalam Meningkatkan
Penjualan Tahun 2010
89Hal+V BAB+ Lamp III+ 23 Buku

Persaingan yang ketat antara Perusahaan Pembiayaan kendaraan roda dua (Motor) saat ini membuat PT Wom Finance merasa perlu membuat strategi promosi yang terencana dan matang guna menghadapi persaingan serta untuk mendapatkan dan meningkatkan Penjualan. Adapun tujuan penelitian ini adalah menggambarkan strategi promosi Motorku PT Wom Finance dalam meningkatkan Penjualan tahun 2010. Konseptual pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi sebagai salah satu kegiatan pemasaran, promosi sebagai salah satu Elemen bauran pemasaran, strategi promosi, *analisa SWOT, STP*, elemen-elemen promosi.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Penulis menyajikan gambaran maupun uraian mengenai strategi promosi sebagaimana adanya didapatkan di lokasi penelitian.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi promosi motorku PT Wom Finance dalam meningkatkan penjualan tahun 2010. PT Wom Finance menggunakan gabungan dari kedua strategi yang ada yaitu , *Push* dan *Pull strategy* dan menggunakan elemen-elemen promosi demi untuk mengenalkan dan mempromosikan serta meningkatkan Penjualan, seperti *advertising above the line* (melalui media cetak) *below the line* (brosur, spanduk, banner), *publisitas* (pameran) , *sales promotion* (diskon), *personal selling*.