



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

## **ABSTRAK**

Lia Natalia Bachdar (44305120046)

**“Strategi Promosi PT. Blue Bird Group Tahun 2010 Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Korporat”**

i-xii + 75 halaman; 1 Daftar Tabel; 3 Daftar Gambar; 45 Lampiran;

1 Daftar Riwayat Hidup; Bibliografi; 20 buku (Daftar Pustaka)-(1993-2008)

Seiring dengan persaingan usaha bidang transportasi darat khususnya taksi yang kini semakin marak, maka PT.Blue Bird Group sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi taksi yang sudah eksis kurang lebih selama 39 tahun ini juga memiliki strategi promosi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan korporatnya, sehingga penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana “Strategi Promosi PT. Blue Bird Group Tahun 2010 Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Korporat”.

Tinjauan pustaka dari penelitian ini terdiri atas komunikasi sebagai elemen inti kegiatan pemasaran, analisa situasi pasar yang meliputi analisa swot dan analisa stp, pengertian promosi, strategi promosi, bauran promosi, tujuan promosi, serta pengertian loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian penulis strategi promosi yang sesuai dengan PT.Blue Bird Group, tertulis pada buku “Strategi Pemasaran Edisi III, karangan Fandy Tjiptono, Penerbit Andi Yogyakarta tahun 1995.

Penulisan ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan studi kasus. Sebagai objek penelitiannya adalah PT. Blue Bird Group. Data-data diperoleh melalui wawancara langsung dan tidak langsung, yang dilakukan kepada narasumber yang berkompeten, dilengkapi oleh dokumen dari perusahaan, serta studi kepustakaan.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa PT. Blue Bird Group melakukan analisis awal seperti analisis SWOT dan analisis STP untuk mendapatkan informasi dalam penetapan promosi penjualan yang akan mereka lakukan, serta penerapan strategi yang akan mereka jalankan. Strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Blue Bird Group adalah melalui penggabungan *push and pull strategy* yaitu dengan kegiatan edukasi untuk menciptakan demand melalui *sales force* dan *opinion leader* juga dilengkapi dengan *softsell strategy* dengan berbagai medium periklanan untuk *consumer promotion*, tak lupa juga elemen-elemen dalam bauran promosi yang dijalankan. Semua kegiatan promosi tersebut dilakukan oleh PT. Blue Bird Group dalam mempertahankan loyalitas para pelanggan korporatnya.