



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

**BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION &
ADVERTISING**

ABSTRAKSI

Siti Nanisa (44307010015)

“ Strategi Promosi PT. Standard Pen (Bolpen Standard) Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Tahun 2011”

i –vii+ 74halaman; 2Daftar Tabel; 3 Daftar Gambar; 9 Lampiran; 1 Daftar Riwayat Hidup; Bibliografi; 22 Buku (1976 – 2009)

PT. Standard Pen sebagai salah satu perusahaan alat tulis khususnya bolpen yang sudah eksis kurang lebih selama 40 tahun dan memiliki strategi promosi dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya. Menarik perhatian peneliti untuk mengetahui sejauh mana sistem pemasarannya. Dari hal tersebut, peneliti memandang perlu untuk melakukan penelitian lebih jauh .adapun tujuan dari penelitian ini adalah ingin mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan PT. Standard Pen (Bolpen Standard) dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Tahun 2011.

Tinjauan pustaka dari penelitian ini terdiri atas Promosi Sebagai Salah Satu Elemen Bauran Pemasaran, analisa situasi pasar yang meliputi analisa SWOT, analisa STP, strategi Promosi, bauran pemasaran, bauran promosi, tujuan promosi serta pengertian loyalitas pelanggan. Sedangkan pada tataran metodologis, peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif,peneliti mendapatkan data-data melalui wawancara langsung dengan cara tatap muka dan tidak langsung melalui email, yang dilakukan kepada narasumber yang berkompeten, dilengkapi oleh dokumen dari perusahaan serta studi kepustakaan.

Dihasil penelitian dapat diketahui bahwa PT. Standard Pen melakukan analisis awal, seperti SWOT dan STP untuk mendapatkan informasi dan penetapan promosi penjualan yang akan mereka jalankan. Strategi promosi yang dilakukan oleh PT.Standard Pen adalah menggunakan strategi tarik (pulling strategy) serta kegiatan bauran promosinya.

Keberhasilan penggunaan strategi promosi pulling strategi dan kegiatan lainnya dapat ditingkatkan lagi, dengan melakukan evaluasi setiap tahapan kegiatan untuk mengetahui kendala atau masalah serta upaya-upaya pemecahan masalahnya.sasaran atau harapan perusahaan diharapkan akan memperoleh hasil yang maksimal dalam kurun waktu sesuai dengan yang diharapkan.