



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**Opih Librata (4430401009)**

Strategi Promosi Mal Pluit Junction Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung  
(Periode 2009)

66 hal + surat keterangan penelitian + 17 lampiran + riwayat hidup

Bibliografi : 22 buku (Th 1988 - 2007)

**ABSTRAKSI**

Strategi promosi merupakan aspek yang sangat penting dalam mengenalkan, menginformasikan dan memasarkan produk kita kepada konsumen. Dalam membuat atau menyusun suatu strategi diperlukannya suatu analisa mengenai lingkungan pasar dan pasar sasaran, agar kita dapat mengetahui strategi mana yang cocok dengan produk kita. Setelah itu, kita bisa menentukan strategi apa yang akan dipakai dan elemen-elemen promosi apa yang bisa digunakan yang sesuai dengan karakteristik dan target market kita. Mal Pluit junction yang merupakan mal yang baru dua tahun beroperasi, bisa dibilang termasuk mal baru yang belum banyak pengunjungnya. Oleh karena itu, sebagai sebagai mal yang relatif baru mal Pluit junction merasa perlu membuat strategi yang terencana dan matang guna bersaing di pasar nantinya. Dan mal Pluit junction perlu membuat suatu strategi promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Adapun tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui strategi promosi apa yang digunakan mal Pluit junction dalam meningkatkan jumlah pengunjung periode 2009.

Konseptual pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep promosi sebagai proses komunikasi pemasaran, strategi promosi, analisa SWOT, STP dan elemen-elemen bauran 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 yang didapatkan dilokasi penelitian.