



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Rasti Ramadhania
44314010059

Strategi *Otw Food Street* Meruya Dalam Menghadapi Minat Beli Pelanggan

Jumlah Halaman : xi + 86 halaman + 27 lampiran

Bibliografi : 24 acuan, Tahun 2000 – 2009

ABSTRAK

Promosi merupakan salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran dan juga kegiatan promosi merupakan salah satu hal yang penting untuk menentukan keberhasilan suatu produk atau jasa dalam memperkenalkan kepada masyarakat luas khususnya target yang dituju. Perlu digunakan upaya kegiatan promosi yang terencana dengan baik dan tepat sehingga tujuan dari strategi promosi perlu disusun dengan cermat dengan menggunakan strategi promosi yang tepat. Oleh karena itu untuk *Otw Food Street* Meruya mengubah strategi promosi yang semula menggunakan media cetak kini beralih menggunakan media digital yaitu media sosial Instagram dan Line@.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh *Otw Food Street* Meruya dalam menarik minat beli pelanggan. Peneliti menggunakan konsep dari Tjiptono mengenai tujuan utama dalam promosi sehingga peneliti akan menganalisis konsep tersebut. Hal yang diperlihatkan adalah mengenai tujuan promosi seperti apa yang dapat dilakukan agar promosi yang dilakukan dapat menarik konsumen untuk membeli.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah sebuah pendekatan yang menggunakan penalaran berdasarkan teori yang telah ada dengan hubungan masalah yang diteliti. Melalui pendekatan ini dapat diharapkan mampu menggambarkan hasil penelitian.

Berdasarkan dari hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi promosi yang digunakan oleh *Otw Food Street* Meruya untuk menarik minat beli para pelanggannya sudah sesuai dengan konsep tujuan promosi yang dijabarkan oleh Tjiptono.

Kata Kunci : Promosi, Strategi Promosi, Minat Beli



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Rasti Ramadhania
44314010059

Strategi *Otw Food Street* Meruya Dalam Menghadapi Minat Beli Pelanggan
Jumlah Halaman : xi + 86 halaman + 27 lampiran
Bibliografi : 24 acuan, Tahun 2000 – 2009

ABSTRACT

Promotion is one of the important aspects of marketing strategy and also promotion activity is one of the important things to determine the success of a product or service in introducing to wide society specially targeted. It is necessary to use well-planned and appropriate promotional activities so that the purpose of the promotion strategy needs to be carefully structured using the right promotional strategy. Therefore, to *Otw Food Street* Meruya change promotional strategy that originally used print media is now switching to use digital media that is social media Instagram and Line @.

This research was conducted to find out the promotion strategy conducted by *Otw Food Street* Meruya in attracting customers' buying interest. Researchers use the concept of Tjiptono on the main purpose of the promotion so that researchers will analyze the concept. The thing that is shown is about what kind of promotional purpose that can be done so that promotion can attract the consumer to buy.

This research uses qualitative approach. A qualitative approach is an approach that uses reasoning based on existing theories with the problem relationships examined. Through this approach can be expected to describe the results of research.

Based on the results of the research, researchers can conclude that the promotional strategy used by *Otw Food Street* Meruya to attract the buying interest of its customers is in accordance with the concept of promotional purposes described by Tjiptono.

Keywords: Promotion, Promotion Strategy, Buy Interest