Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Marketing Komunikasi & Advertising

Nardi

44313120026

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. MULTIROYAL NUSAJAYA GUNA MENINGKATKAN PENYEWA APARTEMENT PADA TAHUN 2017

Jumlah halaman: x + 82 + 13 lampiran

Bibliografi: 24 acuan

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran adalah elemen penting dalam mengkomunikasikan dan memasarkan produk. PT. Multiroyal Nusajaya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang property. Jasa yang ditawarkan adalah service apartemen (Aditya Mansion), memiliki unit hanya 67 units, pernah mengalami fully book di tahun 2016, peniliti ingin mencari tahu strategi komunikasi apa yang digunakan oleh PT. Multiroyal Nusajaya, yang membuat Aditya Mansion terus bertahan sampai saat ini.

Peneliti menggunakan teori Philip Kotler dan Gary Armstrong yaitu strategi komunikasi pemasaran adalah analisis situasi. Penentuan segmentasi, targeting dan positiong, penentuan bauran komunikasi pemasaran dan bauran promosi merupakan bauran tertentu pemasangan iklan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan alat-alat pemasaran langsung (*direct marketing*) yang digunakan oleh perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT. MULTIROYAL NUSAJAYA. Metode yang dilakukan adalah penelitian deskritptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan nara sumber.

Hasil peneletian berisi penjabaran strategi komunikasi pemasaran PT. Multiroyal Nusajaya menggunakan semua elemen dari bauran promosi yaitu advertising.

Kata Kunci: Komunikasi, Apartement, Promosi

http://digilib.mercubuana.ac.id/