Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Marketing
Rachel Mandatary
44316110077
Strategi Promosi Penjualan PT Yelooo Integra Datanet Tbk Pada Produk Passpod Wi-Fi 4G Dengan Sewa Rp 1 Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Pada Tahun 2020

ABSTRAK

Berbagai strategi promosi dilakukan untuk menarik minat beli konsumen, salah satunya dengan promosi di media sosial instagram. Passpod wifi menggunakan media sosial instagram sebagai alat komunikasi pemasaran. Penggunaan media sosial menciptakan banyak peluang bagi Passpod Wifi untuk bisa meningkatkan pendapatan dan nilai merek, serta mempererat hubungan antara perusahaan dan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi penjualan PT Yelooo integra datanet tbk pada produk passpod wi-fi 4G dengan sewa Rp 1 dalam mendorong keputusan pembelian pada tahun 2020.

Pada tinjauan Pustaka ini meliputi 5 penelitian terdahulu. Adapun konsep pada Bab II pada penelitian ini meliputi Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Promosi, Strategi Promosi promosi, dan Tahapan Strategi Promosi Penjualan.

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Post Positivis. Dengan pendekatan penelitian adalah kualitatif dan metode penelitian yaitu deskriptif kualitatif. Subjek penelitian terdapat beberapa informan. Data primer penelitian didapatkan melalui wawancara mendalam terhadap subjek yang diteliti dan data sekunder melalui observasi non-participant dan dokumentasi. Serta tehnik pemeriksaan keabsahan data yaitu triangulasi data.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa strategi promosi penjualan yang dilakukan oleh Passpod wi-fi berhasil dengan menggunakan bauran promosi yaitu dengan periklanan (*advertising*) dan penjualan langsung (*direct selling*).

Kata Kunci : Strategi Promosi Penjualan, komunikasi pemasaran, bauran promosi, bauran pemasaran.

lib.mercubuana.ac.id