

RINGKASAN

Pada dasarnya kegiatan pemasaran merupakan proses yang efektif untuk mengenalkan *Indonesia Convention Exhibition (ICE)* dan juga produk yang ditawarkan oleh *Indonesia Convention Exhibition (ICE)* kepada khalayak masyarakat agar lebih mudah diterima dan lebih dikenal sehingga banyak peminatan yang berdatangan. ICE merupakan *venue* terbesar di Asia Tenggara yang berada di negara Indonesia yaitu negara yang pijak saat ini. Walaupun demikian, ICE masih membutuhkan strategi pemasaran untuk lebih dikenal dan memiliki banyak pelanggan dari dalam maupun luar negara. Produk atau jasa yang ICE BSD berikan pada pelanggan melalui banyak media, dari media cetak hingga media sosial yang dapat diakses melalui pandangan maupun internet, sehingga dapat membantu pelanggan untuk lebih mudah mencari kebutuhannya. Perusahaan ini menggunakan alat pemasaran bauran promosi untuk mempermudah menginformasikan dan membujuk calon pelanggan. Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan pada *Venue ICE BSD*. Metode yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara dan observasi. Fakta yang didapatkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan menghasilkan peningkatan penjualan dan membangun kepercayaan konsumen kepada *venue ICE BSD*.

Kata kunci : pemasaran, strategi pemasaran, bauran promosi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA