



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*
Beny Ibrahim
44310010006

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. KHATULISTIWA PROMO ADVERTISING UNTUK MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PERUMAHAN IMPERIAL PARK SEPATAN TAHUN 2013

Jumlah Halaman : x + 92 halaman + lampiran

Bibliografi : Buku (1985-2012) + 5 website

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini dilakukan berawal dari fenomena media luar ruang yang dijadikan sebagai alat untuk beriklan. Fenomena tersebut memang menjadi konsumsi umum masyarakat ibu kota. Hal tersebut dikarenakan persaingan yang begitu pesat dan maju dalam persaingan bagaimana strategi komunikasi pemasaran PT. Khatulistiwa Promo Advertising untuk mempertahankan loyalitas pelanggan pada perumahan imperial park sepatan tahun 2013.

Konsep yang digunakan pada penelitian ini yaitu komunikasi menerapkan bagian dari komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran, Bauran pemasaran, STP, SWOT, elemen bauran promosi, mempertahankan loyalitas pelanggan

Sifat penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif, metode yang digunakan adalah studi kasus dan teknik pengumpulan data menggunakan data primer dengan *Indefth interview* (wawancara mendalam) kepada Manager Marketing PT. Khatulistiwa Promo Advertising karena orang tersebut merancang strategi komunikasi pemasaran serta bertanggung jawab atas penjualan dan sesuai untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan serta analisa arsip serta implementasi perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh PT. Khatulistiwa promo advertising dimulai dari bauran pemasaran, STP, SWOT, dan elemen bauran promosi. Alat tersebut dimaksudkan untuk mengkomunikasikan apa yang dikembangkan melalui bauran pemasaran yang disebut dengan 4P dari *product, price, place, promotion*. Sehingga tujuan perusahaan dapat mengenai target sasaran yang akan dicapai.