

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Woro Endah Palupi

Strategi Promosi Yamie Panda Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen

Bulan Januari-Maret 2017

Tahun Skripsi : 2017+114 halaman

Daftar pustaka : 1989-2017 + 3 Jurnal+ 4 Website

Penelitian ini membahas tentang Aktivitas promosi yang dilakukan oleh Yamie Panda Group untuk meningkatkan jumlah konsumen. Yamie Panda adalah salah satu usaha di bidang makanan. Persaingan bisnis Kuliner yang semakin ketat membuat Yamie Panda berusaha untuk mempertahankan produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi Yamie Panda dalam meningkatkan jumlah konsumen. Kerangka teori yang digunakan adalah promosi, strategi pemasaran terpadu, dan bauran promosi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, sehingga dalam penelitian ini akan menjelaskan, menggambarkan dan menguraikan segala sesuatu yang diteliti.

Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa Aktivitas promosi yang dilakukan Yamie Panda sudah baik. Yamie Panda sudah menggunakan Bauran promosi seperti: Promosi Penjualan, *Personal selling*, *Word Of Mouth Marketing*, *Sosial Media*, Serta *Internet Marketing*. Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian.

Kata Kunci : Aktivitas Promosi, Yamie Panda Group, Bauran Promosi

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

faculty of Social Science and Political Science

Department of Communication Science

Concentration Advertising

Woro Endah Palupi

Promotion Activity Yamie Panda In Increasing Consumer Amount Year 2017

Thesis: 2017 + 114 pages

References: 1989-2017 +3 Journal + 4 Website

This study discusses the promotional activities conducted by Yamie Panda Group to increase the number of consumers. Yamie Panda is one of the food business. Culinary business competition is getting tighter making Yamie Panda trying to maintain the product. This study aims to describe the strategy of Yamie Panda in increasing the number of consumers. The theoretical framework used is promotion, integrated marketing strategy, and promotion mix. The type of research used is descriptive qualitative research, so that in this research will explain, describe and describe everything that researched.

The results of this study illustrate that the promotional activities conducted by Yamie Panda have been good Yamie Panda already using promotional mix such as: Sales Promotion, Personal selling, Word Of Mouth Marketing, Social Media, And Internet Marketing. From the research results show that the results of this study in accordance with the theory used in the study.

Keywords: Promotional Activities, Yamie Panda Group, Promotional Mix