

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Public Relations**

**Mardikaningsih Catur Putranti**

**20060530107**

**Strategi Promosi Bakpiapia Djogdja Dalam Menarik Minat Konsumen**

**Tahun 2012**

**Tahun Skripsi : 2017 + 92 Halaman**

**Daftar Pustaka : 12 buku + 6 sumber online + 1 skripsi online**

Penelitian ini mendeskripsikan tentang Strategi Promosi Bakpiapia Djogdja Dalam Menarik Minat Konsumen Tahun 2012. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas promosi yang dilakukan oleh Bakpiapia Djogdja dalam menarik minat konsumen.

Jenis penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif untuk menjelaskan, menggambarkan, dan menguraikan terkait masalah yang akan diteliti. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan Bakpiapia Djogdja melakukan kegiatan yang terkait strategi komunikasi pemasaran seperti menetapkan segmentasi, *targetting*, dan *positioning*. Bauran promosi yang dilakukan Bakpiapia Djogdja adalah periklanan yaitu beriklan melalui media cetak, iklan konvensional, dan media sosial, promosi penjualan yaitu melalui kegiatan pameran, penjualan personal yaitu presentasi produk, dan hubungan masyarakat seperti layanan Bakpia *Delivery*, kegiatan *sponsorships*, dan liputan media massa. Bakpiapia Djogdja memiliki keunikan tersendiri pada produk yang mereka jual, baik dari segi rasa maupun kemasannya.

**Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Bauran Promosi, Promosi.**

## **ABSTRACT**

**Univercity Of Muhammadiyah Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Science**

**Departement Of Communications Sciene**

**Major Of Public Relations**

**Mardikaningsih Catur Putranti**

**20060530107**

**The Promotions Strategy of Bakpiapia Djogdja in Increasing the Numbers of Customers In 2012**

**Year Of Graduating Paper : 2017 + 92 pages**

**Bibliography : 12 books + 6 internet source + 1 thesis**

This research describes Promotion Strategy Bakpiapia Djogdja in Increasing the Numbers of Customers In 2012. This study aims to find out how the promotion activities conducted by Bakpiapia Djogdja in attracting consumer interest.

The type of research used descriptive qualitative to explain, describe, and describe related issues to be studied. Data collection techniques with observation, interviews, and documentation.

The result of the research shows that Bakpiapia Djogdja performs activities related to marketing communication structions such as segmentation, targetting, and positioning. The promotion mix of Bakpiapia Djogdja is advertising, advertising through print, conventional and social media, sales promotion through exhibition, personal selling ie product presentation, and public relations such as Bakpia Delivery service, sponsorships activities, and mass media coverage. Bakpiapia Djogdja has its own uniqueness in their products, such as in taste and packaging.

Keywords : mix marketing, mix promotions, promotion.