

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Leo Mardani / 20120530050

Strategi Promosi CV. Sumber Baru Motor Yogyakarta Dongkelan Dalam Meningkatkan Penjualan Yamaha NMAX Di Yogyakarta Tahun 2016

Tahun Skripsi : 2018

Daftar Kepustakaan : 27 Buku + 2 Skripsi + 4 Website

CV. Sumber Baru Motor merupakan perusahaan distribusi Yamaha yang berbasis penyediaan fasilitas konsumen yang lengkap. Yamaha NMAX menjadi produk unggulan dari Yamaha, Untuk bermain dipasaran kelas motor matik premium untuk menjadi produk pesaingnya dari Honda yaitu PCX. Hal ini yang menjadikan CV. Sumber Baru Motor Dongkelan menerapkan strategi promosi efektif agar dapat bersaing dipasaran dunia otomotif khususnya di Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi promosi yang di lakukan CV. Sumber Baru Motor Dongkelan dalam meningkatkan penjualan Yamaha NMAX tahun 2016.

Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Lokasi penelitian belamatkan di Jl. Bantul, Gedongkiwo, Mantrijeron, Kota Yogyakarta.. Data diperoleh dari staf promosi, manager area, kepala cabang dan marketing senior serta metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan juga dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif kemudian diuji dengan tehnik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat di ketahui strategi promosi yang di lakukan CV. Sumber Baru Motor Dongkelan melalui proses perencanaan strategi dengan menggunakan analisis SWOT, mengidentifikasi *audiens*, mengetahui tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, mengalokasikan total anggaran, memutuskan mengenai bauran promosi, mengukur hasil promosi. Kemudian strategi tersebut diimplementasikan melalui bauran promosi seperti *advertising*, *Personal selling*, *sales promotions*, *public relations*, *word of mouth* dan *direct marketing*. Walaupun strategi tidak semua dijalankan dengan baik dan hanya menjadi pelengkap saja, tetapi penjualan Yamaha NMAX masih mengalami peningkatan penjualan. Meski demikian masih bisa dikatakan strategi promosi CV. Sumber Baru Motor Dongkelan cukup berhasil meningkatkan penjualan Yamaha NMAX.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Meningkatkan Penjualan

ABSTRAK

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Departement of Communications Studies

Consentrations Advertising

Leo Mardani / 20120530050

Promotion Strategy CV. Sumber Baru Motor Dongkelan to Increase Sales Yamaha NMAX In Yogyakarta 2016

Thesis Years: 2018

Bibliography: 27 Book + 2 Thesis + 4 Website

CV. Sumber Baru Motor is a Yamaha distributios company based of the provision that complete the consumer facilities. Yamaha NMAX became the superior product of Yamaha, To play in the market of premium matic motorcycle class to be competitor of Honda's PCX. This is what makes the CV. Sumber Baru Motor Dongkelan apply effective promotional strategies in order to compete in the automotive world especially in Yogyakarta. The purpose of this reseach is to describe the promotion strategy doing CV. Sumber Baru Motor Dongkelan to increasing sales of Yamaha NMAX.

The method used is descriptive with the type of qualitative research. Research location rescue at Jl. Bantul, Gedongkiwo, Mantrijeron, Yogyakarta City. Data were obtained from promotion staff, area manager, branch head and senior marketing and data collection methods using interviews and documentation. Data analysis technique used is qualitative analysis and then tested with technique of data validity using triangulation of data source.

From the results of research conducted can know the promotional strategy doing in CV. Sumber Baru Motor Dongkelan through strategic planning process using SWOT analysis, identifying audience, knowing communication objectives, designing messages, choosing communication channels, allocating total budget, deciding on promotional mix, measuring promotional results. Then the strategy is implemented through promotion mix such as advertising. Personal selling, sales promotions, public relations, word of mouth and direct marketing. Although the strategy is not all run well and only a complement, but sales of Yamaha NMAX is still increasing sales. Nevertheless still can be said promotion strategy of CV Sumber Baru Motor Dongkelan is quite successfully increase sales of Yamaha NMAX.

Keywords : Strategy, Promotions, Icrease Sale