

ABSTRAK

Strategi Promosi Pada PT. Sentral Theta Mandiri Kota Padang

Oleh : Candra Utama/2014

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang strategi promosi pada PT. Sentral Theta Mandiri Kota Padang. Penelitian ini menggunakan satu variabel yaitu bauran promosi (*promotion mix*) yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan tatap muka (*personal selling*), dan hubungan masyarakat (publisitas).

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu dengan menjelaskan, memaparkan, dan menggambarkan objek penelitian berdasarkan data-data yang diperoleh selama melakukan penelitian menyangkut strategi promosi pada PT. Sentral Theta Mandiri Kota Padang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi pada PT. Sentral Theta Mandiri Kota Padang secara keseluruhan sudah bagus. Adapun strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Sentral Theta mandiri yaitu Periklanan (*advertising*) melalui surat kabar, radio, brosur, dan spanduk. Promosi penjualan (*sales promotion*) dengan memberikan penawaran yang menarik untuk konsumen. Penjualan tatap muka (*personal selling*) yang dilakukan oleh karyawan yang bisa mewakili *image* perusahaan dengan penempatan karyawan energik, smart, percaya diri, penuh kharisma, sabar, ulet, dan penuh pengendalian diri dalam menghadapi konsumen atau pelanggan. Selanjutnya melalui hubungan masyarakat (publisitas) dengan mengadakan bazar-bazar.