

PENERAPAN PROMOSI SILANG PADA JAMBON RESTO YOGYAKARTA

Dani Setiawan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *cross market* atau promosi silang pada Jambon Resto dalam memasarkan produk mereka. Promosi silang adalah promosi dengan menggunakan satu merek untuk mengiklankan atau mempromosikan merek lainnya yang tidak mampu bersaing. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif melalui observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah, promosi silang yang dilakukan Jambon Resto adalah dengan bekerjasama dengan perusahaan Jolie, *Simply Prime Laundry*, *Simply Homy*, *Petra Accessories* dan *Veneta System*. Bentuk kerjasama yang dilakukan hanya sebatas pertukaran media promosi dan pertukaran promo yang dilakukan sesuai dengan kesepakatan bersama. Tujuan dari promosi silang yang dilakukan Jambon Resto adalah untuk meningkatkan pelanggan dan meningkatkan intensitas konsumen Jambon Resto.

Kata Kunci : *Promosi Silang*

IMPLEMENTATION OF CROSS PROMOTION AT JAMBON RESTO YOGYAKARTA

Dani Setiawan

Abstract

This study aims to determine the application of cross market or cross promotion at Jambon Resto in marketing their products. Cross promotion is promotion using one brand to advertise or promote other brands that are not able to compete. The method used in this study is a qualitative method through observation and interviews. The result of this study reveals that the cross promotion conducted by Jambon Resto is by collaborating with Jolie, Simply Prime Laundry, Simply Homy, Petra Accessories and Veneta System. Forms of cooperation that are carried out are limited to promotional media exchanges and promo exchanges carried out in accordance with mutual agreement. The purpose of cross promotion conducted by Jambon Resto is to increase customers and increase the intensity of Jambon Resto consumers.

Keyword: Cross Promotion