

PERANAN STRATEGI PROMOSI DALAM PEMASARAN XT SQUARE GUNA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN KONSUMEN

Iin Indah Pertiwi

Abstrak

Bauran pemasaran memegang peran penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, di samping produk berkualitas, harga bersaing, saluran distribusi yang mudah diakses, promosi juga merupakan elemen yang perlu diperhatikan. Promosi adalah ujung tombak kesuksesan pemasaran. Keberhasilan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat dipengaruhi oleh variabel bauran promosi. Penelitian ini bertujuan untuk: mendapatkan gambaran umum tentang strategi promosi pemasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan konsumen, dan untuk menganalisis seberapa efektif strategi pemasaran telah dilakukan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, digunakan untuk menggambarkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini dilakukan di XT Square Yogyakarta. Teknik pengumpulan data digunakan dengan wawancara, observasi, wawancara, dokumentasi, triangulasi data, dan studi pustaka. Hasil analisis strategi promosi pemasaran yang dilakukan menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengunjung dari tahun ke tahun dan berfungsi sebagai referensi untuk mencapai target dalam strategi promosi pemasaran untuk mencapai target yang diinginkan oleh perusahaan.

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

THE ROLE OF PROMOTIONAL STRATEGIES IN XT SQUARE MARKETING TO INCREASE THE NUMBER OF COSTUMER VISITS

Iin Indah Pertiwi

Abstract

The marketing mix plays an important role for the survival of the company, in addition to quality products, competitive prices, easily accessible distribution channels, promotion is also an element that needs attention. Promotion is the spearhead of marketing success. The success of promotional activities carried out by the company is strongly influenced by promotional mix variables. This study aims to: get an overview of marketing promotion strategies to increase the number of consumer visits, and to analyze how effective the marketing strategy has been done. The data analysis used in this study is descriptive analysis, used to describe promotional activities carried out by the company. This research was conducted at Xt square Yogyakarta. Data collection techniques are used by interviews, observation, interviews, documentation, data triangulation, and literature studies. The results of the marketing promotion strategy analysis conducted indicate an increase in the number of visitors from year to year and serves as a reference to reach the target in marketing promotion strategies to achieve the desired target of the company.

Keyword: Management Strategy, Promotion Strategy, Marketing Mix.