**PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA UD SHINTA MOTOR YOGYAKARTA**

**Tia Monica**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh UD Shinta Motor Yogyakarta. UD Shinta Motor Yogyakarta merupakan usaha dagang yang bergerak di bidang otomotif yang melayani penjualan sepeda motor merek Honda. Penelitian ini dilakukan di kantor UD Shinta Motor Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam pengambilan data adalah wawancara kepada narasumber yakni kepala cabang UD Shinta Motor , staf PIC CRM, dan sales dan observasi. Hasil wawancara dengan manajemen perusahaan UD Shinta Motor Yogyakarta menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran yang diterapkan ada enam yaitu, Periklanan, Acara dan Pengalaman, Hubungan Masyarakat dan Publisitas, Pemasaran Seluler, Pemasaran Langsung dan Basis Data, Penjualan Personal.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Pemasaran*



***IMPLEMENTATION OF HONDA MOTORCYCLE MARKETING COMMUNICATIONS IN UD SHINTA MOTOR YOGYAKARTA***

***Tia Monica***

***Abstract***

*This study aims to determine the marketing communications carried out by UD Shinta Motor Yogyakarta. UD Shinta Motor Yogyakarta is a trading business engaged in the automotive sector that serves the sale of Honda motorcycles. This research was conducted at the UD office. Shinta Motor Yogyakarta. The method used in data collection is interviews with informants, namely the head of the branch, staf PIC CRM staff, and sales and observation. The results of interviews with company management UD Shinta Motor Yogyakarta shows that there are six marketing communications that are applied, Advertising, events and experience, Public Relations and Publicity, Mobile Marketing, Direct and Database Marketing, Personal Selling*

***Keywords:*** *Promotion Strategy*