

ABSTRAK

Rus Chandra (04120090116)

PENERAPAN *PROMOTIONAL MIX* OLEH THE WATCH CO.

(xiii + 79 halaman; 6 gambar; 1 tabel; 18 lampiran)

Kata kunci: bauran promosi

Konsumen dewasa ini disuguhkan oleh banyak pilihan untuk produk yang sejenis. Sehingga untuk dapat bertahan dalam persaingan semakin ketat, selain harus memiliki produk ataupun jasa yang berkualitas baik, perusahaan harus dapat menerapkan strategi promosi secara efektif dan efisien.

Laporan magang ini melakukan pembahasan terhadap penerapan konsep bauran promosi yang memiliki lima poin yaitu periklanan, penjualan personal, hubungan masyarakat, promosi penjualan dan pemasaran langsung yang dilakukan oleh The Watch Co., tempat dimana Penulis melakukan magang.

Dari hasil pembahasan yang dilakukan oleh Penulis, dapat disimpulkan bahwa The Watch Co. sebagai sebuah perusahaan belum menerapkan periklanan secara efektif. Namun The Watch Co., telah secara aktif memanfaatkan penjualan personal, hubungan masyarakat, promosi penjualan dan pemasaran langsung.

Saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah, sebagai sebuah perusahaan yang terbilang baru, The Watch Co. harus lebih aktif untuk beriklan dan menerapkannya secara efektif. Dan juga harus memberikan variasi yang lebih banyak lagi dalam melakukan strategi promosi.

Referensi: 18 (2000-2012)

ABSTRACT

Rus Chandra (04120090116)

PENERAPAN *PROMOTIONAL MIX* OLEH THE WATCH CO.

(xiv + 79 pages; 6 pictures; 1 tables; 18 appendices)

Key words: promotional mix

Consumer nowadays is provided with so many options for one product category. Because of that, having a product or service with good quality is not enough to compete in the tense competition, a company should implement promotion strategy more effectively and efficiently.

In this internship report, the Writer is doing study to the implementation of five points of promotional mix, which is advertising, personal selling, public relation, sales promotion and direct marketing by The Watch Co., place where the Writer is doing his internship.

The result of the study done by the Writer shows that The Watch Co, as a company has not implement advertising as a promotion effectively. But The Watch Co., have actively utilize personal selling, public relation, sales promotion and direct marketing.

Advices that could be given by the Writer is, as a newly born company, The Watch Co. should be more active in advertising and implement it effectively. In addition to that, The Watch Co. should also be more creative in making their promotion strategy.

References: 18 (2000-2012)