

Analisis penggunaan strategi komunikasi pemasaran di PT Auto Daya Keisindo (Honda Tendea) = Analysis of marketing communication strategies at PT Auto Daya Keisindo (Honda Tendea)

Agustinus Christian Nugraha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20485313&lokasi=lokal>

Abstrak

Karya akhir ini berisi tentang laporan yang ingin mengetahui bagaimana strategi marketing communication yang terdiri dari personal selling, advertising, special event, dan sales promotion dapat meningkatkan awareness konsumen, dan mendorong terjadinya keputusan pembelian konsumen terhadap produk mobil Honda.

Dari hasil analisis yang penulis dapat setelah melakukan magang selama 3 bulan, menunjukkan bahwa marketing communication sangat berperan positif terhadap peningkatan awareness konsumen yang berdampak pada pembelian mobil Honda. Namun ada beberapa yang harus ditingkatkan seperti melakukan promosi pada saat akan dilakukannya special event dan training kepada sales person untuk meningkatkan personal selling yang lebih baik lagi.

.....This final paper contains reports intended to find out how communication marketing strategies consisting of personal sales, advertising, special events, and sales promotions can increase consumer awareness, and encourage the results of consumer purchases of Honda car products.

From the results of the analysis that can be done for 3 months, it shows that marketing communication is very positive towards increasing consumer awareness, which has an impact on purchasing Honda cars. But there are some that need to be improved such as doing promotions when going to do special events and training for sales people to increase better personal selling.