

INTISARI

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk namun jika konsumen tidak pernah mengetahui dan mendengar produk tersebut maka konsumen tidak akan pernah membelinya. Untuk mengukur apakah strategi promosi berhasil atau tidaknya, maka diperlukan evaluasi. Evaluasi diperlukan agar perusahaan dapat menilai sejauh mana strategi promosi yang di rencanakan berjalan dengan baik dan perusahaan tetap dapat menguasai pangsa pasar perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk mengevaluasi strategi promosi pemasaran yang diterapkan PT. Lovina Buana Travelindo. Jenis Penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukan strategi promosi pemasaran ada yang sudah dilaksanakan secara optimal namun ada juga yang belum bisa dilakukan secara optimal seperti periklanan dan promosi penjualan.

Kata Kunci: *Evaluasi, Promosi, PT Lovina Buana Travelindo, Pemasaran*

ABSTRACT

Promotion is one of the determining factors for the success of a marketing program. No matter how high the product has been purchased, if consumers never know and hear this product, consumers will never buy. To measure whether the promotion strategy is successful or not, evaluation is needed. Evaluation is needed so that the company can assess the extent to which the planned promotional strategies are going well and the company can still dominate the company's market share. The purpose of this study is to evaluate the marketing promotion strategies implemented by PT. Lovina Buana Travelindo. The type of research used is descriptive qualitative. The results of the study show that there are marketing promotion strategies that have been implemented optimally but some have not been able to be done optimally like sales promotion and advertising.

Keywords: Evaluation, Promotion, PT Lovina Buana Travelindo, Marketing