

INTISARI

Kegiatan promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran yang membutuhkan interaksi baik langsung maupun tidak langsung kepada konsumen yang sangat penting dilakukan untuk mencetak angka penjualan. Untuk itu para pakar pemasaran menetapkan “Bauran Promosi” dalam bauran pemasaran. Dimana bauran promosi sendiri berisi : *Advertising* (Promosi), *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), *Public Relation and Publicity* (Humas dan Publisitas), *Personal Selling* (Penjualan Pribadi), dan *Direct Marketing* (Penjualan langsung).

Penelitian berjudul “Analisis Penerapan Bauran Promosi PT Penerbit Erlangga Mahameru cabang Yogyakarta” ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan apa saja strategi promosi yang dilakukan oleh PT Penerbit Erlangga Mahameru cabang Yogyakarta. Data diperoleh melalui metode wawancara dengan Bapak Sapto, *Marketing* PT Penerbit Erlangga Mahameru cabang Yogyakarta, melalui observasi lapangan secara langsung dan melalui sumber referensi lainnya.

Kata kunci : Strategi Promosi, Bauran Promosi.

ABSTRACT

Promotional activities are part of the marketing activities that require interaction, either directly or indirectly to consumers is very important to print the sales figures. For that all the marketers that expert in set "Promotional Mix" in the marketing mix. Where the promotion mix it self contains : Advertising (Promotion), Sales Promotion, Public Relations and Publicity, Personal Selling, and Direct Marketing.

The study entitled "The Analisis Promotional Mix of PT Penerbit Erlangga Mahameru Branch Yogyakarta" has the objective to identify and describe any promotion strategies undertaken by PT publisher Mahameru Yogyakarta branch. The data were obtained through the method of interview with Mr. Sapto, Marketing PT publisher Mahameru Yogyakarta branch, through direct observation and through other reference sources.

Keywords: Marketing Strategy, Promotional Mix