

ABSTRAKSI

VIYONNA RIANDITA

12/340428/SV/02656

OPTIMALISASI PROMOSI GADJAH MADA UNIVERSITY CLUB
ACCOMMODATIONS

2015 + 58 HALAMAN

Banyaknya perusahaan akomodasi di Yogyakarta saat ini menyebabkan persaingan yang ketat. Dalam memenangkan persaingan tersebut perusahaan membutuhkan cara atau strategi yang tepat. Oleh sebab itu, sangat menarik untuk memperhatikan dan membedah strategi pemasaran perusahaan di era ini. Dalam penulisan tugas akhir ini analisis dilakukan terhadap strategi pemasaran yang berupa *segmenting, targeting, positioning* serta 6 P + 1 C (*product, price, place, promotion, people, process + customer service*). Tujuan dari penelitian ini sendiri adalah untuk mengetahui sudah optimalkah strategi dan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini ditulis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dari pembahasana yang dilakukan dengan metode tersebut didapatkan kesimpulan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh *Gadjah Mada University Club Accommodations* belum optimal. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak memanfaatkan atau menerapkan kombinasi terbaik dari bauran promosi.

Kata Kunci : Perusahaan Akomodasi, Persaingan, Strategi Pemasaran, Optimalisasi Promosi, Deskriptif, Kualitatif, Gadjah Mada University Club Accommodation

ABSTRACT

VIYONNA RIANDITA

12/340428/SV/02656

PROMOTION OPTIMIZATION OF GADJAH MADA UNIVERSITY CLUB ACCOMMODATIONS

2015 + 58 *pages*

The number of accommodation establishments in yogyakarta today causing intense competition. In winning the competition companies need a way or a proper strategy. Therefore, it is very interesting to observe and dissect the company's marketing strategy in this era. In this last assignment analyzes were conducted to marketing strategies such as segmenting, targeting, positioning and 6 p + 1 c (product, price, place, promotion, people, process + customer service). The aim of this study was to determine itself optimization of promotional activities undertaken by the company. This study was written by using qualitative descriptive method. The conclusion of this assignment is gadjah mada university club accommodations not optimize it's promotion yet. This is because the company does not utilize or implement the best combination of promotional mix.

Key word : accommodation, competition, marketing strategies, promotion optimization, descriptive, qualitative, gadjah mada university club accommodations.