

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Strategi Bauran Promosi yang telah dilaksanakan pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. *Noodle Division* Semarang (2) Jenis promosi yang paling efektif pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. *Noodle Division* Semarang

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi yang terjadi sesungguhnya, serta mengklasifikasikan data dari hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata yang tersusun rapih dan jelas. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Dari hasil pembahasan dijelaskan bahwa (1) PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. *Noodle Division* Semarang sudah menggunakan 5 elemen strategi promosi yaitu Periklanan, Promosi Penjualan, *Public Relations*, *Personal Selling* dan *Direct Marketing*. (2) Jenis promosi yang paling efektif adalah kegiatan Periklanan, dan Promosi Penjualan. (3) Strategi Bauran Promosi yang dilaksanakan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. *Noodle Division* Semarang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan, selain itu untuk pengenalan produk baru, serta menarik konsumen dan menanamkan citra nama baik perusahaan.

Kata Kunci : Strategi Bauran Promosi, Efektifitas, Volume Penjualan, Produk Baru, Citra Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) Promotional Mix Strategy was implemented on PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Noodle Division Semarang (2) This type of promotion is most effective at PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Noodle Division Semarang

The analysis technique used in this research is qualitative descriptive analysis, which describe or depict the actual conditions that occur, as well as classifying the data from the study by using words that are arranged neatly and clearly. Data collection techniques with interviews, observation, and documentation.

From the discussion, explained that (1) PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Noodle Division Semarang already uses five elements namely promotion strategy Advertising, Sales Promotion, Public Relations, Personal Selling and Direct Marketing. (2) type is the most effective promotional activities Advertising and Sales Promotion. (3) Promotional Mix Strategy conducted by PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Noodle Division Semarang aims to increase sales volume, in addition to the introduction of new products, as well as attract customers and instill the image of the good name of the company.

Keywords: Promotional Mix Strategy, Effectiveness, Sales Volume. New Product, Image Bussines.