



## INTISARI

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan Kawasaki PT Sumber Buana Motor. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada Manager Marketing Kasasaki PT Sumber Buana Motor dan Komunitas Kawasaki. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan analisis deskriptif kualitatif yang dilakukan oleh Kawasaki PT Sumber Buana Motor bertujuan untuk menjelaskan kondisi yang sebenarnya secara konkret dan nyata. penelitian ini menggunakan dasar teori strategi promosi, Manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kawasaki PT Sumber Buana Motor dapat menerapkan strategi promosi melalui Komunitas Kawasaki. Dari data yang telah dianalisis bahwa strategi promosi yang diterapkan meliputi *personal selling*, promosi penjualan, periklanan, dan *public relations*.

Kata Kunci : Strategi Promosi



## **ABSTRACT**

This research aims to determine the promotional strategy carried by Kawasaki PT Sumber Buana Motor. Methods of data collection carried out through interviews with the Marketing Manager of PT Sumber Buana Motor Kawasaki and Kawasaki Community. Data analysis method used was qualitative descriptive analysis. Based on qualitative descriptive analysis conducted by Kawasaki PT Sumber Buana Motor aims to explain the actual conditions significantly. This research uses the basic theory of the promotion strategy, marketing management. This research certainly indicates that Kawasaki PT Sumber Buana Motor can implement promotional strategies through the Kawasaki Community. From the data that has been analyzed that the promotional strategy applied include personal selling, sales promotion, advertising, and public relations.

Keywords : Promotional Strategy