

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) DEALER AUTO2000 TEBET SUPOMO DALAM MEMPROMOSIKAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPnBM) SELAMA

Chenandito Litus Dyputro

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76170&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana strategi IMC dealer Auto2000 Tebet Supomo dan bagaimana mempromosikan ?PPnBM? selama pandemi, dengan menggunakan metode studi kasus. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan. Data yang dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi. dari hasil penelitian menunjukkan bahwa IMC dalam membangun ekuitas dealer Auto2000 Tebet Supomo.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, teori ? teori komunikasi, seperti komunikasi organisasi, model komunikasi Wilbur Schramm, teori informasi organisasi, metodologi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, studi kasus, dan jenis penelitian deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi IMC dalam mempromosikan dealer Auto2000 selama pandemi ingin menarik para konsumen untuk membeli barang mewah walaupun dunia lagi diterpa kesulitan akibat pandemi, sehingga dengan cara ini perusahaan tidak merugi akibat pandemi. Walaupun dengan menggunakan pemasaran yang modern demi memperbaiki penjualan di perusahaan tersebut.

Simpulan dari penelitian ini yaitu dealer Auto2000 sudah melakukan strategi untuk menarik peminat daya beli barang mewah dengan melakukan program ppnbnm supaya meringankan beban konsumen.