

RINGKASAN EKSEKUTIF

PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN DI TOKO OBU DJAMOE

M. Akmal Sapitra

NPM : 1541086

Dalam Kerja Praktek ini penulis mengambil judul Penerapan *Promotion mix* Pada Toko Obu Djamoë, Adapun tujuan dari Kerja Praktek ini untuk mengatasi sebuah permasalahan yang ada di toko Obu Djamoë dalam mempromosikan produknya agar dapat meningkatkan pelanggan dan jumlah pendapatannya. Dalam pelaksanaan Penulis menggunakan metode Observasi, wawancara, perancangan strategi dan Implementasi.

Promotion mix yang akan di terapkan oleh penulis pada toko Obu Djamoë. *Promotion mix* merupakan faktor penting dalam menunjang keberhasilan suatu produk untuk dapat melekat di benak konsumen, *promotion mix* adalah periklanan (*Advertising*), promosi penjualan (*Sales promotion*), penjualan perseorangan (*Personal selling*), penjualan langsung (*Direct selling*).

Dalam kerja praktek ini penulis mendapatkan hasil yaitu secara umum dapat dikatakan bahwa *Promotion mix* yang di terapkan penulis memberikan hasil yang positif, Setelah melaksanakan *promotion mix* dalam beberapa bulan :Angka penjualan produk Obu Djamoë mengalami peningkatan di bandingkan dengan sebelum melaksakan *promotion mix*, Sudah mulai banyak masyarakat mengenal produk Obu Djamoë setelah melaksanakan *promotion mix* dan Intensitas kunjungan di *instagram* serta toko mulai mengalami peningkatan.

Kata kunci :manajemen pemasaran, bauran promosi, *advertising*, *direct marketing*, *sales promotion*, *personal selling*.