

Anggun, Rethna Gumylang. 2021. *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Dan Jumlah Reseller Di Desa Kamal (Studi Kasus Pada PT. Queen Ice Asia Bangkalan Madura)*. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura. Pembimbing: Drs. Mohamad Tambrin, MM.

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi bauran promosi (*promotional Mix*). Penelitian ini dilakukan pada PT. Queen Ice Asia Bangkalan Madura, serta konsumen dan juga reseller di desa Kamal, pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan September 2020 sampai dengan Januari 2021. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Instrumen yang digunakan di dalam penelitian ini berupa data hasil observasi yang telah dilakukan peneliti selaku observer, selanjutnya peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan hasil yang maksimal. Penelitian juga dilengkapi dengan dokumentasi selama proses observasi dan wawancara. Setelah peneliti melakukan kegiatan observasi dan wawancara, dapat diketahui terjadi suatu peningkatan dan keberhasilan dalam proses promosi dengan menggunakan bauran promosi yang ada. Selain itu, dapat juga diketahui keuntungan dan kendala saat menggunakan strategi bauran promosi pada perusahaan.

Kata Kunci: Strategi, Strategi Bauran Promosi, *Promotional Mix*.

ABSTRACT

This study aims to determine the promotional mix strategy. This research was conducted at PT. Queen Ice Asia Bangkalan Madura, as well as consumers and resellers in Kamal village, the implementation of this research was started from September 2020 to January 2021. This study used a qualitative descriptive research approach. The instrument used in this study was in the form of data from observations made by the researcher as the observer, then the researcher conducted interviews to get more accurate data and maximum results. The research is also equipped with documentation during the observation and interview process. After the researcher conducts observation and interview activities, it can be seen that there has been an increase and success in the promotion process by using the existing promotional mix. In addition, it can also be seen the advantages and constraints of using the company's promotional mix strategy.

Keywords: Strategy, Promotion Mix Strategy, *Promotional Mix*.