

TUGAS AKHIR

**STRATEGI PROMOSI PADA PT.TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK.
CABANG BUKITTINGGI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

guna menyelesaikan Studi pada Program Diploma III Pemasaran

Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Oleh :

WAHYU HIDAYAT

1400512045

Pembimbing :

Dian Rani Yolanda, SE, M.Bus

PROGRAM STUDI DIPLOMA III PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

2018

RINGKASAN

Perkembangan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan Strategi Promosi yang baik. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan menciptakan Strategi Promosi yang cocok untuk digunakan bagi konsumen maupun calon konsumennya.

Semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, perusahaan semakin pintar dalam menghadapi era pasar bebas yang kompetitif yang kian menajam, maka Strategi Promosi yang diciptakan menyesuaikan dengan era sekarang ini. Semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing. Untuk itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih dalam tentang bagaimana Strategi Promosi yang dilakukan oleh PT.Telekomunikasi Indonesia Tbk. Bukittinggi.