

## ABSTRAK

**Agil Maningka Putra. 2016. Penerapan Strategi bauran promosi padapenjualan Handphone Merk Oppo di Toko Cahaya Phone Gorontalo. Program Studi S1 Manajemen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I Prof. Dr. Yulianto Kadji, M.Si dan Pembimbing II Dr. Muchtar Ahmad, S.Pd, M.Si**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan strategi bauran promosi pada penjualan Handphone Merk Oppo di Toko Cahaya Phone Gorontalo. Metode Penelitian ini kualitatif dengan pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Penerapan Strategi bauran promosi pada penjualan Handphone Merk Oppo di Toko Cahaya Phone Gorontalo, Periklanan (*Advertising*) yang digunakan adalah melalui langkah iklan dengan melihat kondisi pasar yang ada di Gorontalo. Pendekatan iklan dilakukan dengan mengetahui trend permintaan yang ada di Gorontalo. Penyebaran iklan melalui keluarga, kerabat, media social membantu untuk menyebarkan periklanan. Penjualan secara Pribadi (*Personal Selling*) dilakukan dengan menawarkan dengan menjelaskan kecanggihan yang handphone oppo miliki, dari segi desainnya, spesifikasinya, dan bonusnya. Adanya komunikasi antara karyawan Toko Cahaya Phone Gorontalo dengan konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi penjualan (*Sales Promotion*) yaitu pihak Toko Cahaya Phone Gorontalo selalu membuat kontes yang menarik pada waktu tertentu, serta adanya hadiah bagi konsumen dengan nomor undian dengan memberikan bonus dalam setiap pembelian satu produk handphone oppo. Hubungan dengan masyarakat (*Public Relation*) dengan menjaga nama baik perusahaan. memberikan sumbangan pada setiap kegiatan kemasyarakatan, menjadi sponsor yang baik dalam berbagai acara sosial dan menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat Pemasaran langsung (*Direct Marketing*) tidak dilakukan karena pihak toko tidak menghubungi konsumen langsung melalui televon atau email. Pemasaran langsung hanya sebatas pembukaan stand pameran untuk menjangkau konsumen di wilayah perkotaan, sedangkan di daerah-daerah jarang dilakukan. Dari kelima indicator bauran promosi pihak cahaya phone lebih dominan menggunakan penjuala secara pribadi, promosi penjualan, dan periklanan, yang dinilai cukup efektif untuk meningkatkan penjualan.

***Kata Kunci : Strategi Bauran Promosi***

#### ABSTRACT

Agil Maningka Son. 2016. Strategy Implementation promotional mix in sales Brands Oppo Mobile Phone Shop Light Gorontalo. S1 Study Program Management Department of Management, Faculty of Economics and Business, State University of Gorontalo. Supervisor I Prof. Dr. Yulianto Kadji, M.Si and Supervisor II Dr. Muchtar Ahmad, S. Pd, M.Si

The purpose of this study to determine the application mix strategies on sales promotion Brand Oppo Mobile Phone Shop Light Gorontalo. Methods This study was qualitative data collection observation, interviews and documentation. Implementation Strategy on sales promotion mix Brands Oppo Mobile Phone Shop Light Gorontalo, (Advertising) is used to step through advertising with the market condition in Gorontalo. Advertising approach is done by knowing the demand trends in Gorontalo. Ad distribution through family, relatives, social media helps to spread advertising. (Personal Selling) done by offering to explain the sophistication of mobile phone oppo have, in terms of design, specifications, and bonus. Communication between employees Shop Light Phone Gorontalo to the consumer to make a purchase. (Sales Promotion), namely the Light Phone Shop Gorontalo always make an interesting contest at any given time, as well as the prize for the consumer by giving a bonus lottery numbers in every purchase of a mobile product oppo. (Community relations) to maintain the company's good name, to contribute to any social activity, being a good sponsor in various social events dam to maintain a good relationship with the community (Direct Marketing) was not done because the store did not contact consumers directly through televon or email. Direct marketing is only limited opening of the exhibition stand to reach consumers in urban areas, whereas in areas rarely do. The fifth indicator of the promotional mix light more dominant phone use personal selling, sales promotion, and advertising, which is considered quite effective to increase sales.

**Keywords: Promotion Mix Strategy**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**


**PENERAPAN STRATEGI Bauran Promosi pada Penjualan  
Handphone Merk Oppo  
di Toko Cahaya Phone Gorontalo**

Oleh

**AGIL MANINGKA PUTRA**  
NIM. 931 412 075

Telah Diperiksa Dan Disetujui Untuk Diuji

Pembimbing 1



Prof. Dr. Yulianto Kadil, M.Si  
NIP: 196707131998031001

Pembimbing 2



Dr. Muchtar Ahmad, S.Pd, M.Si  
NIP: 197805042003121003

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Hais Dama SE, M.Si  
NIP. 19730305 200212 1 003

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul:

**"PENERAPAN STRATEGI BAURAN PROMOSI PADA PENJUALAN  
HANDPHONE MERK OPPO  
DI TOKO CAHAYA PHONE GORONTALO"**

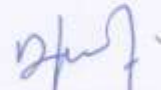

OLEH  
**AGIL MANINGKA PUTRA**  
NIM: 931 412 075

Telah dipertahankan didepan penguji.

Hari/Tanggal : Selasa, 19 Juli 2016

Waktu : 13:00 Wita

Penguji

- |                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| 1. Dr. Hapsawati Taan, S.T, M.M.  | 1.  |
| 2. Endi Rahman, SE, MM            | 2.  |
| 3. Prof. Dr. Yulianto Kadji, M.Si | 3.  |
| 4. Dr. Muchtar Ahmad, S.Pd, M.Si  | 4.  |

Gorontalo, Juli 2016

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Gorontalo

  
  
Dr. Hamzah Yunus, M.Pd  
NIP: 19600223 198603 1 004