

ABSTRAK

EFEKTIVITAS PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA (Studi Kasus pada Universitas Sangga Buana YPKP Bandung)

**Rosi Herawati
1011171005**

Bauran promosi (*promotional mix*) merupakan kombinasi strategi promosi yang sangat baik dalam menarik minat calon konsumen. Dalam hal tersebut Universitas Sangga Buana sadar bahwa bauran promosi sangat penting dalam menarik para konsumennya yaitu mahasiswa. Terbukti pada tahun 2018 jumlah mahasiswa Universitas Sangga Buana yaitu 1431 menjadi 1621 pada tahun 2019. Maka penelitian ini dilakukan untuk meninjau apakah bauran promosi yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah mahasiswa sudah efektif atau belum. Dan mengetahui kendala apa saja yang dihadapi dalam penerapan bauran promosi.

Metode penelitian yang dilakukan yaitu metode penelitian kualitatif. Yaitu berinteraksi langsung dengan direktur marketing mengenai kegiatan bauran promosi yang dilakukan, mengumpulkan data untuk menjawab pertanyaan mengenai efektivitas penerapan bauran promosi Universitas Sangga Buana. Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu: wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan

Berdasarkan hasil penelitian, bauran promosi yang dilakukan Universitas Sangga Buana yaitu: periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Pada tahun 2019 bauran promosi yang dilakukan Universitas Sangga Buana dalam meningkatkan jumlah mahasiswa sudah efektif karena dapat mencapai target.

Kata Kunci: Efektivitas, Bauran Promosi, Jumlah Mahasiswa

ABSTRACT

THE EFFECTIVENESS OF PROMOTION MIXING IN IMPROVING THE NUMBER OF STUDENTS

(Case Study at Sangga Buana University YPKP Bandung)

Rosi Herawati

1011171005

Promotional mix (promotional mix) is a combination of an excellent promotional strategy in attracting potential customers. In this regard, Sangga Buana University is aware that the promotional mix is very important in attracting its consumers, namely students. It was proven in 2018 that the number of Sangga Buana University students was 1431 to 1621 in 2019. So this study was conducted to review whether the promotion mix undertaken in increasing the number of students was effective or not. And find out what obstacles are faced in the application of the promotional mix.

The research method used is qualitative research methods. Namely interacting directly with the marketing director regarding the promotional mix activities undertaken, collecting data to answer questions about the effectiveness of the application of the Sangga Buana University promotio mix. Data collection methods used are, interview, observation, documentation, and literature study

Based on the results of the study, the promotion mix carried out by Sangga Buana University is advertising, personal selling, sales promotion, and public relation. And in 2019 the promotion mix carried out by Sangga Buana University in creasing the number of student has been effective, because it can reach the target.

Keywords: Effectiveness, Promotion Mix, Number of Students