

ABSTRAK

Industri Air Minum Dalam Kemasan di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. PT SATRIA WICAKSANA SEJATI sebagai produsen merek AQUA memerlukan strategi pemasaran yang tepat, tidak hanya untuk menghadapi persaingan, tetapi juga untuk kepentingan perusahaan secara jangka panjang. Penulis memilih PT SATRIA WICAKSANA SEJATI sebagai lokasi penelitian sehingga tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh PT Satria Wicaksana Sejati merek AQUA dalam MENINGKATKAN PENJUALAN. Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini. Metode ini digunakan karena penulis ingin mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh “marketing management” PT Satria Wicaksana Sejati merek AQUA dalam menarik konsumen dan meningkatkan penjualan produk. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi dan melalui studi kepustakaan. Untuk menghasilkan komunikasi pemasaran yang efektif maka perusahaan berusaha mengkombinasikan variabel dari bauran promosi yaitu dengan melakukan kegiatan periklanan dan personal selling sebagai kegiatan yang utama, kemudian kegiatan promosi penjualan, dan hubungan masyarakat sebagai kegiatan pendukung. Sedangkan media luar ruang menggunakan spanduk dan billboard sebagai alat kegiatan iklannya.

Kata Kunci : Konsumen, Penjualan, Strategis