ABSTRAK

Bryan Selviana Saeful Bahtiar. NIM 1144060013, *Strategy Marketing Public Relations* melalui Personal *Image Sales Promotion Girl* (Studi kasus pada *Sales Promotion Girl* KIA, PT Siloam Motor).

PT Siloam Motor merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak pada bidang otomotif, dimana perusahaan ini menjalankan *Strategy Marketing Public Relations* sebagai upaya dalam menarik dan mempertahankan minat *customer* melalui personal *image sales promotion girl*, hal ini dikarenakan saat ini banyaknya *customer* yang masih lebih memilih menggunakan barang produkan Jepang, sehingga PT Siloam Motor merasa perlu untuk melakukan suatu gebrakan strategi tersebut melalui personal *image sales promotion girl* sebagai salah satu cara marketing yang di rasa mampu melakukan gebrakan bagi perusahaan ini.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana PT Siloam Motor dalam melakukan kegiatan *Strategy Marketing Public Relations* berupa *Pull Strategy, Push Strategy, Pass Startegy* dalam menarik dan mempertahankan minat *customer*.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini terdiri konsep *Three Ways Strategy* yang dikemukakan oleh Thomas L Harris. Konsep ini dipilih karena mampu mengkonstruksikan secara holistic mengenai *Strategy Marketing Public Relations* melalui *Personal Image Sales Promotion Girl.*

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme yang bertujuan untuk memaknai makna- makna yang diungkapkan informan yang tidak dapat digeneralisir. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara utuh dan menyeluruh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, untuk mengetahui aspek "*how*" dan "*why*" pada *Strategy Marketing Public Relations* melalui personal *image sales promotion girl.* Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi partisipatori pasif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Strategy Marketing Public Relations* melalui personal *image sales promotion girl* dimulai dengan *Pull Strategy* dimana pada strategi tahapannya terdiri dari menggunakan prospek, presentasi, iklan media sosial, dan gali motif, selanjutnya pada *Push Strategy* dengan tahapan media *tours, test drive, delivery order,* dan *follow up,* dan terakhir adalah *Pass Strategy,* dimana hasil dari pada tahap ini dimulai dengan *showroom event, carnaval, car free day,* dan komunitas.

Kata Kunci : *Marketing Public Relations, Sales Promotion Girl.*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG