

## ABSTRAK

Persoalan yang dikaji didalam penelitian ini mencakup dua rumusan masalah, yakni: bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan bagaimana kendala serta manfaat strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka. Untuk mengungkap hal tersebut, peneliti menggunakan teori komunikasi pemasaran terpadu (*Intergrated Marketing Communication/IMC*). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif-kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai strategi komunikasi pemasaran PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka dan dengan maksud untuk memahami permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini yang mengedepankan proses komunikasi yang mendalam. Kemudian dari data-data yang ditemukan peneliti analisis dengan pendekatan *grounded theory* yang memberikan pengembangan terhadap bidang kajian penelitian. Lalu teknik untuk mengumpulkan data-data yakni menggunakan teknik wawancara, dokumentasi dan observasi. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka yaitu melalui membangun komunikasi dengan pelanggan melalui pelayanan yang baik, penerapan konsep bisnis yang bersifat open minded dengan menerima saran maupun permintaan dari pelanggan, terbuka dalam menerima negoisasi mengenai harga sewa bis pariwisata, dan memperluas jaringan melaluo hubungan kerja sama dengan perusahaan lain. Cara penyampaian pesan melalui cara mulut ke mulut (*word of mouth*) termasuk kegiatan pemasaran yang persuasif namun cara ini sangat efektif dalam mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan produk jasa sewa bis pariwisata PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi Pemasaran, PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka, Kepuasan Pelanggan

## ABSTRACT

*The problems studied in this study include two problem formulations, namely: how is the marketing communication strategy carried out by PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka in increasing customer satisfaction and what are the constraints and benefits of the marketing communication strategy carried out by PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka. To reveal this, the researcher uses the theory of Integrated Marketing Communication (IMC). This study uses a descriptive-qualitative type of research that is useful for providing facts and data regarding the marketing communication strategy of PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka and with a view to understanding the problems studied in this study which prioritizes an in-depth communication process. Then from the data found by the researcher, the analysis using a grounded theory approach that provides development to the field of research studies. Then the technique for collecting data is using interview, documentation and observation techniques. From the results of the study it was found that the marketing communication strategy carried out by PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka was through building communication with customers through good service, applying open-minded business concepts by accepting suggestions and requests from customers, being open to accepting negotiations regarding tourism bus rental prices. , and*

*expand the network through cooperative relationships with other companies. The way of delivering messages through word of mouth is a persuasive marketing activity, but this method is very effective in influencing customers to use PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka's tourism bus rental services.*

**Keywords:** *Marketing Communication Strategy, PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka, Customer Satisfaction.*