ABSTRAK

Dwi Prasetio Nuristi_21408014 ”Analisis Promosi Melalui Media Internet Pada Toko Variasi 53 Bandung” Tugas Akhir program studi Manajemen Pemasaran Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia, dibawah bimbingan Bapak Oman Sukirman, SE., M.M.

Persaingan bisnis yang semakin marak, mengakibatkan suatu perusahaan harus memanfaatkan fungsi penting perusahaan. Salah satu fungsi tersebut yaitu melaksanakan pemasaran yang lebih baik dari persaingannya. Oleh karena itu setiap produk menawarkan berbagai manfaat dan keunggulan masing-masing sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Toko Variasi 53 bandung merupakan toko yang bergerak dibidang otomotif yang menjual berbagai variasi motor, seperti knalpot, taco meter, mesin motor, dan berbagai variasi yang lainnya. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dari perusahaan sejenis, maka toko variasi 53 Bandung harus mampu menciptakan strategi pemasaran yang matang. Oleh karena itu strategi pemasaran yang digunakan oleh toko variasi 53 Bandung salah satunya dengan melakukan promosi melalui media internet, karena internet merupakan sarana yang efektif untuk melakukan promosi.

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis pelaksanaan promosi melalui media internet dan tanggapan responden terhadap pelaksanaan promosi melalui media internet pada toko variasi 53 Bandung, yang meliputi isi pesan, format pesan, sumber pesan, struktur pesan. Sedangkan tujuan dari analisis data pada Tugas Akhir ini adalah untuk memperoleh kesimpulan tentang analisis promosi melalui media internet sehingga dapat menjadi acuan dalam pelaksanaan promosi melalui media internet pada masa yang akan datang.

Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dalam penelitian ini, dengan objek penelitian pelaksanaan promosi melalui media internet pada toko variasi 53 Bandung. Adapun teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan studi kepustakaan (*Libelary Research)* studi lapangan (*Field Research).*

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, maka penulis dapat menganalisa bahwa pelaksanaan promosi melalui media internet berada pada kategori baik dimana nilai total tanggapan respondennya berjumlah **77,4%** berada di antara **68-84%.**

Kata kunci: Analisis Promosi Melalui Media Internet