

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan tujuan destinasi wisata yang diminati wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang menjadikan salah satu factor tumbuhnya berbagai persaingan antara pelaku bisnis yang terus meningkat, salah satu bisnis yang bermunculan di kota Bandung adalah distro, perkembangan distro di Bandung begitu pesat, terbukti dengan banyaknya distro yang ada, dengan begitu pembisnis harus melakukan kegiatan pemasara yang baik untuk mempertahankan *brand*, memperthankan konsumen dan mendapat pelanggan yang baru, salah satu kegiatan yang sangat penting dan efektif adalah promosi, dari beberapa distro yang ada di Bandung penulis memilih distro yang cukup di kenal masyarakat yaitu UNKL347, karena UNKL347 sudah lama berdiri dan masih tetap eksis dari tahun 1996 sampai saat ini, penulis ingin mengetahui bagaimana promosi yang dilakukan oleh UNKL347 sehingga tetap bisa mempertahankan eksistensinya hingga 21 tahun.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Sumber data yang diperoleh melalui data primer dan data sekunder, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini dengan melakukan reduksi data, mendisplay data, dan membuat kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dikatakan bahwa bauran promosi yang dilakukan oleh UNKL347 sudah baik. Dimana empat bauran promosi seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung yang dilakukan UNKL347 sudah sesuai dengan teori, dapat disimpulkan bahwa mereka dapat bertahan lama di bidang distro ini karena promosi yang mereka jalankan memang sudah baik.

Kata Kunci : Promosi, Manajemen Pemasaran dan Bauran Promosi