

ABSTRAK

Promosi adalah bentuk komunikasi antara penjual dan pembeli yang didasarkan pada informasi yang tepat, dengan tujuan mengubah sikap dan perilaku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal produk menjadi mengenal dan tertarik untuk membelinya. Dalam rangka meningkatkan penjualan produk modern Ultra Wifi, PT. Telkom Witel Bandung menggunakan beberapa strategi promosi, seperti *Telemarketing* dan pemasaran konten di media sosial. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran jelas tentang Strategi Promosi yang digunakan PT. Telkom Witel Bandung pada penjualan Ultra Wifi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif deskriptif analisis dengan teknik pengambilan sampel *Nonprobability sampling*. Teknik yang diterapkan adalah *Purposive Sampling*, Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebar secara online melalui Google Forms dan studi pustaka. Data yang telah terkumpul diuji dengan teknik uji validitas dan uji reliabilitas

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah Telemarketing yang dilakukan termasuk dalam katagori Sangat Baik sehingga kondisi tersebut mampu mendorong terjadinya promosi sedangkan Konten Marketing Sosial Media yang dilakukan termasuk dalam katagori Baik sehingga kondisi tersebut mampu mendorong terjadinya penjualan. Namun, efektivitasnya perlu ditingkatkan agar dapat membantu peningkatan penjualan yakni dengan cara memperbaiki intensitas Telemarketing menelpon atau lebih memilih dalam menelpon calon konsumen dan dengan cara memperbaiki konten yang dapat memberikan pengaruh timbal balik yang menguntungkan.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Ultra Wifi, *Telemarketing*, *Sosial Media Marketing*.