

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN DIGITAL DAN PENTINGNYA MEDIA SOSIAL
DALAM MENARIK KONSUMEN PADA PT. CAKRAWALA TELEKOMUNIKASI (DELTA
MOBILE)**

Farah Lovinna

Program Studi DIII Manajemen Perusahaan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui perencanaan strategi bauran pemasaran PT. Cakrawala Telekomunikasi dengan pendekatan bauran pemasaran dan pemasaran digital serta penggunaan media sosial sebagai media promosi untuk pelayanan produk dan jasa nya. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara langsung dengan Manajer Marketing PT. Cakrawala Telekomunikasi. Bauran Pemasaran Digital merupakan salah satu elemen yang dijadikan alat untuk memasarkan produk kepada konsumen dengan upaya untuk menstimuli minat yang terdapat dalam diri setiap konsumen untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Pemasaran Digital, Media Sosial

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN DIGITAL DAN PENTINGNYA MEDIA SOSIAL
DALAM MENARIK KONSUMEN PADA PT. CAKRAWALA TELEKOMUNIKASI (DELTA
MOBILE)**

Farah Lovinna

Program Studi DIII Manajemen Perusahaan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas

ABSTRACT

This research aims to determine marketing mix strategy planning from Cakrawala Telekomunikasi Company, with a marketing mix and digital marketing approach as well as the use of social media as promotional media for its products and services. Data collected in this research used observation methods and direct interviews with the Marketing Manager of Cakrawala Telekomunikasi Company. The Digital Marketing Mix is one of the elements that is used as a tool to market products to consumers with an effort to stimulate the interest within each consumer to make a purchase.

Key word: *Marketing Mix, Digital Marketing, Social Media*