

## **ABSTRAK**

Di awal tahun 2004, bisnis pijat kebugaran dan reflexi di Yogyakarta mulai berkembang dengan pesat dan memiliki segmen yang berbeda-beda. Djemari Reflexologi adalah salah satu tempat pijat kebugaran dan pijat reflexi dengan segmen keluarga dan kalangan pegawai kantoran. Dalam menghadapi persaingan dan menjaga loyalitas konsumen Djemari Reflexologi memiliki strategi pemasaran. Prinsip dari Djemari Reflexologi adalah selalu menjaga dan meningkatkan Kualitas Tehnik maupun kualitas pelayanan agar konsumen Djemari Reflexologi merasa puas sehingga menginformasikan kepada saudara dan teman. Secara otomatis konsumen Djemari Reflexologi adalah marketing Djemari. Selain itu, Djemari Reflexologi juga melakukan promosi, penjualan langsung dan pemasaran langsung. Penelitian ini menggunakan strategi komunikasi pemasaran Kotler yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal dan pemasaran langsung hal ini untuk mengetahui bagaimana Djemari Reflexologi dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produknya. Dari hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa Strategi pemasaran “mouth to mouth” atau dari mulut ke mulut ini selain memberikan nilai positif pada Djemari Reflexologi dalam meningkatkan jumlah kunjungan dan menekan biaya promosi. Strategi yang cukup kuno namun efektif ini sudah dilakukan Djemari Reflexologi sejak tahun 2010.

## **ABSTRACT**

In early 2004, fitness and massage business in Yogyakarta reflexi started growing rapidly and have different segments. Djemari Reflexology massage is one of the fitness and massage place reflexi the family segment and the office employee. In the face of competition and maintain customer loyalty Djemari Reflexology has a marketing strategy. Principles of Reflexology Djemari is always to maintain and improve the quality of technique and quality of service that consumers feel satisfied so Djemari Reflexology inform relatives and friends. Automatically consumer marketing Djemari Reflexology is Djemari. In addition, Djemari Reflexology also do promotions, direct sales and direct marketing. This study uses Kotler marketing communications strategy that is advertising, sales promotion, public relations and publicity, personal selling and direct marketing it is to know how Djemari Reflexology in conducting marketing communication strategy in increasing product sales. From these results, it can be seen that the marketing strategy "mouth to mouth" in addition to providing a positive value on Djemari Reflexology in increasing the number of visits and reduce the cost of the promotion. The strategy is quite ancient but effective Djemari Reflexology has been done since 2010.