

## ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran sangat berperan penting dalam menawarkan suatu produk dan jasa, jika strategi komunikasi pemasaran dilakukan dengan tepat, maka kegiatan pemasaran akan berjalan dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan CV. Global Eksotika Nusantara dalam meningkatkan jumlah konsumen (2) Untuk mengetahui faktor yang mendukung peningkatan jumlah konsumen CV. Global Eksotika Nusantara. Penelitian ini membahas mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran CV. Global Eksotik Nusantara Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan CV. Global Eksotik Nusantara dibagi atas tiga divisi, yaitu : *Marketing Communucation*, *Sales Promotion*, dan *Direct Marketing*. Faktor pendukung dalam strategi komunikasi pemasaran adanya faktor penerapan sebuah elemen-elemen komunikasi pemasaran secara tepat dan kualitas produk/jasa yang telah memberikan pelayanan dan komunikasi yang terbaik untuk konsumen dan membuat konsumen nyaman terhadap fasilitas yang diberikan, sehingga layak CV. Global Eksotik Nusantara mampu bersaing di pangsa pasar. Jenis penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, Sumber data yang digunakan adalah informasi informan yang bersumber dari wawancara dan observasi. Pengumpulan data dilakukan melalui *field research* dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Kata Kunci : *Direct Marketing*, *Marketing Communication*, Strategi Komunikasi Pemasaran, *Sales Promotion*