

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat bagi pusat perbelanjaan Mall Grand Metropolitan Bekasi dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung. Mall Grand Metropolitan ini memiliki konsep *Come, Meet & Eat* yang bertujuan untuk melengkapi akan kebutuhan dan hiburan bagi masyarakat kota Bekasi dan sekitarnya. Untuk melakukan strategi pemasaran yang ada pada Mall Grand Metropolitan, maka dilakukan beberapa analisis yaitu analisis lokasi, analisis kompetitor, analisis tenant mix, analisis promosi dan pemasaran, serta analisis persepsi dan preferensi pengunjung. Dimana alat analisis yang digunakan ialah deskriptif, crosstab, metode skoring dan diagram kartesius. Hasil yang diperoleh dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk strategi pemasaran yang baru bagi Mall Grand Metropolitan Bekasi dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung.

Kata kunci : strategi pemasaran, pusat perbelanjaan, jumlah pengunjung dan penyewa.

ABSTRACT

The aims of this study is to determine the right marketing strategy for the shopping center Mall Grand Metropolitan Bekasi to increase the number of visitors. The Grand Metropolitan Mall concept is Come, Meet, & Eat that aims to complement the needs and entertainment for the people of Bekasi city and the surrounding areas. To conduct marketing strategy at the Grand Metropolitan Mall, there are some analysis that needs to be done like location analysis, competitor analysis, tenant mix analysis, promotion and marketing analysis, and analysis of perception and preferences of visitors and the analytical tools t to do the analysis are descriptive, crosstab, the scoring method and Cartesian diagram. It is expected that the results can be used as consideration for a new marketing strategy for the Grand Mall Metropolitan Bekasi.

Keywords : marketing strategy , shopping centers , the number of visitors and tenants