

ABSTRAK

NANCI ENJELIKA. 14819664

Strategi Komunikasi Pemasaran Kamsia Boba Mall Cijantung Dalam Membangun Brand Image

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Pemasaran, Brand Image

(x + 84 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran Kam-Sia Boba Mall Cijantung dalam mempertahankan *brand image*. Teori yang digunakan dalam membahas isi penelitian ini adalah Teori Bauran Komunikasi Pemasaran dan Teori AISAS. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan studi kepustakaan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Kam-Sia Boba memadukan elemen - elemen komunikasi pemasaran, seperti periklanan melalui Instagram, penjualan personal secara tatap muka antara karyawan dengan konsumen, dan pemasaran melalui *word of mouth*, promosi penjualan melalui aplikasi antar makanan online dan melakukan publisitas dengan mengikuti *event* khusus *food & beverage* untuk mendapatkan *exposure*. Sementara, elemen komunikasi pemasaran berbentuk penjualan secara langsung tidak dilakukan karena dianggap tidak efektif. Strategi komunikasi pemasaran yang sudah diterapkan oleh Kam-Sia Boba berhasil membuat *brand image* yang positif dan membuat konsumen mampu mengingat *brand* Kam-Sia Boba.

Daftar Pustaka (2015 – 2022)