

## ABSTRAK

**Natan Ashelson Hutabarat, 10821690**

### **Strategi Komunikasi Pemasaran Produk IQOS Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen Untuk Beralih Dari Rokok Konvensional Ke Tembakau Bebas Asap**

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, IQOS, Bauran Promosi, Kepercayaan Konsumen, Pull Strategy, Profile Strategy

(xi + 97 + Lampiran )

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran IQOS dalam membangun kepercayaan konsumen dewasa untuk beralih dari rokok konvensional ke produk tembakau bebas asap. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada dua IQOS Expert, dua konsumen IQOS, serta seorang Manajer Marketing Area Smoke Free Product, didukung dokumentasi media sosial dan dokumentasi dari platform resmi IQOS. Analisis dilakukan menggunakan teori bauran promosi dari Belch dan Belch (2003) serta teori kepercayaan konsumen dari Mowen dan Minor (1997). Hasil penelitian menunjukkan bahwa IQOS menerapkan strategi yang berfokus pada pendekatan soft selling, edukasi produk, desain modern, pelayanan responsif, serta pemasaran yang bertanggung jawab. Selain itu, berdasarkan analisis strategi komunikasi pemasaran menurut Chris Fill (2013), ditemukan bahwa IQOS lebih dominan menggunakan Pull Strategy dan Profile Strategy. Strategi ini dinilai efektif dalam membangun citra merek premium dan terpercaya, meningkatkan loyalitas konsumen, serta mendorong peralihan konsumen secara sadar dan berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi komunikasi pemasaran yang etis dan berorientasi pada konsumen, serta kontribusi akademis bagi pengembangan kajian komunikasi pemasaran di industri produk tembakau alternatif.

Daftar Pustaka (1987-2024)