



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

Muhammad Iqbal Taufik

44310120049

## **STRATEGI PROMOSI WARUNG SEPATU DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS SEPATU SEIJA**

Jumlah Halaman : i – xi + 70 Halaman +

Bibliografi :

### **ABSTRAK**

Perkembangan dunia fashion untuk sepatu handmade semakin pesat dan persaingan yang ketat antara sebuah merk dengan merk yang lainnya. Sebagai salah satu perusahaan yang mempunyai pengalaman penulis tertarik untuk mengetahui tentang strategi promosi Warung Sepatu dalam membangun Brand Awareness sepatu Seija.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler dimana dijelaskan bahwa strategi promosi adalah hal – hal yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian yang kemudian nantinya akan digunakan untuk menyusun sebuah strategi promosi yang akan digunakan.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan paradigma post positivis. Objek penelitian adalah Warung Sepatu. Data yang diperoleh melalui wawancara langsung yang dilakukan kepada narasumber yang berkompeten, dan juga dilengkapi dengan dokumen dari sumber lainnya berupa internet dan juga studi kepustakaan.

Hasil penelitian bahwa strategi promosi yang digunakan dan dilakukan oleh Warung Sepatu relatif berhasil melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian. Program-program strategi promosi yang dijalani ini mengacu pada upaya untuk meningkatkan *brand awareness* produk Warung Sepatu yaitu sepatu Seija yang awalnya menyasar usia 23 tahun hingga 40 tahun, meluas menjadi 15 tahun hingga 40 tahun. Disetiap tahunnya strategi yang digunakan tetap sama, dan pada tahun 2014 program promosinya lebih ditekankan mulai usia 15 tahun agar *brand awareness* produk Seija Footwear dapat meningkat. Dan hal ini juga sesuai dengan visi Warung Sepatu yang ingin memberikan yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan dan penampilan para pecinta sepatu. Dan kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi promosi yang digunakan oleh Warung Sepatu untuk membangun brand awareness sepatu Seija berhasil dengan melakukan proses – proses yang sudah di jelaskan.