



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Noviyanti

44312110091

## Strategi Komunikasi Pemasaran Kahyangan Teppanyaki Restoran Dalam Melakukan Brand Awareness Di Dalam Benak Konsumen

Jumlah halamn : vii + 97 halaman + lampiran

### ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran merupakan pedoman yang sangat penting untuk memperkenalkan, memberikan informasi dan memasarkan produk kepada konsumen. Strategi Komunikasi Pemasaran suatu produk dalam sebuah perusahaan merupakan salah satu cara yang ditempuh untuk meningkatkan pemasaran untuk memajukan perusahaan. Untuk mencapai tujuan perusahaan yang bergerak dibidang makanan maka dibutuhkanlah strategi komunikais pemasaran dalam melakukan brand awareness di dalam benak konsumen. Rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Kahyangan Teppanyaki Restoran dalam menanamkan Brand Awareness di dalam benak konsumen.

Dalam mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang di lakukan oleh Kahyangan Teppanyaki Restoran diperlukan teori dasar yaitu komunikasi pemasaran, bauran pemasaran, dan brand awareness.

Penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan metode penelitian post positivisme dan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi. Teknik analisis data menggunakan interview.

Hasil dari penelitian ini dilakukan mengenai strategi komunikasi pemasaran Kahyangan Teppanyaki Restoran dalam menanamkan brand awareness ada beberapa hal yang harus di lakukan adalah sebagai berikut: mengidentifikasi khalayak sasaran yang dituju, menganalisa SWOT, menentukan objek dan tujuan komunikasi pemasaran, mengembangkan strategi program dan taktik komunikasi pemasaran, dan mengevaluasi hasil strategi komunikasi pemasaran.