



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Marketing Komunikasi & Periklanan  
Dyahwulan Eka Kusuma  
44313110097

**Strategi Komunikasi Pemasaran Gerai Sir Store Dalam Membangun Brand Awareness**

Jumlah Halaman : xiii + 86 + 2 Tabel + 9 Gambar + 3 Lampiran  
Bibliografi : 29 Acuan, Tahun 2001-2018

**ABSTRAK**

Sir Store merupakan salah satu *brand* gerai retail yang memiliki konsep gerai khusus pria beridiri pada Februari 2016 dan bermain di pasar bandara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Sir Store dalam membangun *brand awareness*.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dengan paradigma konstruktivis. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara dan observasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Sir Store mempergunakan push& pull strategi dengan fokus pada personal selling, sales promotion dan interactive media. Sedangkan penggunaan pull strategi belum dapat dilakukan secara maksimal dikarenakan adanya keterbatasan dalam anggaran biaya.

Kesimpulannya strategi komunikasi pemasaran fokus pada promosi penjualan, personal selling dan interactive media. Faktor produk dan lokasi juga memiliki andil besar membangun brand awareness. Saran yang dapat peneliti sampaikan dalam membangun brand awareness adalah dengan mulai menjalankan pull strategi seperti memasang iklan di inflight magazine, lebih aktif dalam publikasi di media massa, membuat akun media social khusus Sir Store sehingga mampu membangun brand awareness yang lebih kuat.