



Universitas Mercubuana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang studi *Marketing Communication & Advertising*
Mohammad Ichwan Kurniawan
44314010021

Strategi komunikasi pemasaran *Dazzle and Angle*
dalam meningkatkan penjualan periode 2017
Jumlah Halaman : xiii + 81 halaman + 20 lampiran
Bibliografi : 25 acuan, Tahun 1995 - 2013

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran merupakan suatu proses dimana pihak perusahaan merencanakan hal-hal yang akan ditetapkan untuk diimplementasikan guna mencapai tujuan perusahaan. *Dazzle and Angel* merupakan *outlet fashion* yang berada di daerah Bintaro yang berupaya melakukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dan efektif dalam memasarkan produk agar sukses dipasar. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan *Dazzle and Angel* dalam meningkatkan penjualan periode 2017.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai STP dan bauran pemasaran yaitu *Product, Price, Place, Promotion*. Sementara itu teori mengenai Strategi komunikasi pemasaran dipergunakan untuk menganalisis situasi SWOT. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dan studi kepustakaan/*literature*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan *dazzle and angel* telah berhasil membangun *brand awareness personal selling, sales promotion* dan *direct marketing*. Dari hasil tersebut peneliti menyimpulkan bahwa dalam membentuk *brand awareness dazzle and angel* dan perusahaan ini memadukan berbagai elemen bauran komunikasi pemasaran menjadi satu kesatuan, saran yang dapat penulis berikan bagi *dazzle and angel* adalah dalam mengkomunikasikan produknya sebaiknya bauran promosi meningkatkan jumlah penjualan dengan mewawancarai beberapa informan yang dilakukan kurang lebih dua bulan mendapatkan hasil bahwa marketing *dazzle and angel* menyusun sebuah strategi komunikasi pemasaran, dengan mengacu pada beberapa elemen komunikasi pemasaran.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Bauran Promosi*