



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Digital Adv & Marcomm  
Yoza Yazid  
44312120033

Strategi *E-commerce* Gabag dalam Mempertahankan Eksistensi *Brand*  
Jumlah Halaman : xi + 134 Halaman + 16 Gambar  
Bibliografi : 41 Buku, 1992-2019

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui eksistensi *brand* Gabag dengan melakukan analisa strategi komunikasi di *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, maka dari itu teknik pengolahan data untuk mengolah analisa ini menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi.

Untuk memperoleh hasil eksistensi *brand* Gabag di *e-commerce*, penelitian ini menggunakan dan melakukan analisa strategi komunikasi di *market place e-commerce* dan strategi *e-marketing plan process* yang menggunakan tujuh (7) tahap strategi dari Judy Strauss yang meliputi analisis situasi, rencana strategis *e-marketing*, tujuan, strategi *e-marketing*, rencana implementasi, anggaran biaya dan rencana evaluasi.

Analisis ini bertujuan menghasilkan strategi yang dapat membantu perusahaan untuk mempertahankan pelanggan supaya tetap menggunakan produk perusahaan dan agar *brand* Gabag tetap eksis pada platform *e-commerce*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa setelah dilakukan analisa komunikasi dan strategi *e-marketing plan process*, Gabag berhasil dalam mempertahankan eksistensi *brand*, meningkatkan jumlah penjualan, menjadi *top of mind* pelanggan dan memperluas pemasarannya di *market place e-commerce*.

**Kata Kunci:** Eksistensi *Brand*, Strategi Komunikasi, *E-commerce*



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Mercu Buana University  
Faculty of Communication Sciences in the  
Field of Digital Adv & Marcomm  
Yoza Yazid  
44312120033

Communication Strategy of Gabag *E-commerce* Marketing in Maintaining *Brand* Existence

Number of Pages: xi + 134 Pages + 16 Images

Blibbliography: 41 Books, 1992-2019

### ABSTRACT

This study aims to determine the existence of the Gabag *brand* by analyzing communication strategies in *e-commerce*. This study uses a qualitative descriptive approach, and therefore the data processing techniques process this analysis using in-depth interviews and observation.

To obtain the results of the existence of the Gabag *brand* in *e-commerce*, this study uses and analyzes the communication strategy in the *e-commerce* market place and the e-marketing plan process strategy that uses seven (7) stages of strategy from Judy Strauss which includes a situation analysis, strategic plan e-marketing, objectives, e-marketing strategies, implementation plans, budgeting and evaluation plans.

This analysis aims to produce strategies that can help companies to keep customers using the company's products and to keep the Gabag *brand* on the *e-commerce* platform.

The results of this study show that after analyzing the communication and e-marketing plan process strategy, Gabag succeeded in maintaining *brand* excellence, increasing the number of sales, becoming the customer's top of mind and expanding its marketing in the *e-commerce* market place.

**Keywords:** *Brand* Existence, Communication Strategy, *E-commerce*