



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Advertising & Marcomm*  
Barep Wijanarko  
44312120160

Strategi Promosi Brand Rave Habbit Dalam Meningkatkan Penjualan Di  
Department Store Wilayah Jakarta Tahun 2016.

Jumlah Halaman : x + 89 Halaman + Lampiran + CV

## ABSTRAK

Kebutuhan pakaian bukan hanya dipandang sebagai kebutuhan dasar manusia saja, tetapi juga sebagai identitas diri mode dan mencerminkan strata sosial, Melihat peluang itu diciptakan brand Rave Habbit, sebuah brand pakaian *fashion* dengan konsep casual yang melakukan pemasarannya di *department store* dan *e-commerce*. Salah satu tuntutan pengembangan bisnis adalah kemampuan transaksi dan meningkatkan penjualan di *department store* secara *online* di tengah persaingan bisnis pakaian *fashion* melalui strategi promosi.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui strategi promosi yang dijalankan oleh Rave Habbit dalam meningkatkan penjualan di department store wilayah Jakarta tahun 2016 dengan menggunakan landasan teori bauran promosi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif, Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi promosi yang telah dilakukan oleh Rave Habbit implementasi *promotion mix* yang sudah dijalankan. Dengan demikian peneliti mampu mendapatkan gambaran mengenai hal apa yang bisa dikembangkan dan ditingkatkan dalam membuat suatu strategi promosi.

Penelitian ini menyimpulkan strategi promosi yang selama ini dijalankan menggunakan *strategi pull*, karena mencoba menarik minat khalayak dengan promosi melalui iklan di katalog, sosial media dan *sales promotion*. Strategi promosi yang dilakukan Rave Habbit adalah untuk membangun kesadaran merek Rave Habbit agar mendapat perhatian dari khalayak dan *trust* dari khalayak.