



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM STUDI PERIKLAMAN**

DILIA FEBRIYANTI (44312120162)

Strategi Event Produk Sampoerna A Mild Dalam Mempertahankan Loyalitas
Konsumen Pada Event Musik Soundrenaline Tahun 2015 - 2016
(95 Halaman; 26 Referensi 1993-2003; 3 Tabel; 1 Bagan; 3 Lampiran)

ABSTRAKSI

PT. HM Sampoerna yang sudah sukses dalam mempromosikan produk-produk rokoknya. Dalam persaingan industri rokok mild yang ada saat ini semua produsen rokok saling berlomba-lomba dalam mengiklankan produknya. PT. HM. Sampoerna harus fokus dalam strategi promosi dalam mempromosikan Sampoerna A Mild di tahun 2015-2016 ini untuk membangun loyalitas konsumen

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi event dari Tom Duncan, sedangkan segmentation, targeting, positioning menggunakan konsep Eric Berkowitz dan brand equity memakai teori Darmadi.Durianto.

Sifat penelitian menggunakan penelitian deskriptif, metode yang digunakan adalah kualitatif, teknik pengumpulan data dengan cara interview dan observasi.

Hasil penelitian yang didapat adalah strategi event yang dilakukan oleh PT. HM Sampoerna untuk memasarkan produk Sampoerna A Mild di tahun 2015 – 2016 yaitu dengan melakukan promosi Sampoerna A Mild dengan menyelenggarakan event music besar berskala nasional Soundrenaline yang didalamnya adanya promosi produk melalui periklanan, dan penjualan tatap muka..