

Peran integrated marketing communication teh pucuk harum dan implementasinya dalam meningkatkan brand awareness khalayaknya =
The role of integrated marketing communication in teh pucuk harum and its implementation to increase brand awareness of the target /
Novilya Sagita Sutantyo

Novilya Sagita Sutantyo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423970&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Saat ini penggunaan media televisi untuk beriklan sudah mulai mengalami penurunan karena perubahan perilaku konsumen yang selalu dinamis. Maka salah satu metode yang paling efektif adalah IMC tools yang juga digunakan oleh Mayora Group. Salah satu produknya yang bernama Teh Pucuk Harum lebih menggunakan pendekatan secara langsung kepada konsumennya. Makalah ini mengkaji seluruh IMC tools yang digunakan oleh marketing Teh Pucuk Harum. Selain itu makalah ini juga membahas tentang komponen mana dari IMC tools yang paling berpengaruh dalam peningkatan brand awareness. Dari seluruh IMC tools, PR/publicity dan personal selling merupakan strategi yang paling berpengaruh dalam meningkatkan brand awareness khalayaknya.

ABSTRACT

Nowadays, the use of television media to advertise products has been declining because the change of consumer's behaviour that always dynamic. So, one of the most effective method is IMC tools which is currently used by Mayora Group. One of their products, Teh Pucuk Harum mostly using direct approach to the target consumers.. This paper examine each component of IMC tools used by the marketing of Teh Pucuk Harum. In addition, this paper also discuss about the most influencing component of IMC that help to increase brand awareness. From all of the IMC tools component, PR/publicity and personal selling are the most influencing strategy that help increasing brand awareness of their target.