

Analisis implementasi elemen-elemen integrated marketing communication yang digunakan Maicih untuk mempertahankan pasar =
Analysis of implementation of the integrated marketing communication tools used by Maicih to maintain the market

Herdi Inesya Murti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446962&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Fokus pada penulisan ini adalah melihat bahwa tren Maicih sudah menurun namun tetap dapat bertahan dan bersaing dengan camilan masa kini. Hal tersebut tidak hanya dengan melakukan Online Marketing Communication seperti pada awal kemunculannya, melainkan dengan mengembangkan bauran pemasaran dan bauran promosi yang lebih luas. Sehingga penulisan ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran dan komunikasi pemasaran yang saat ini dilakukan Maicih melalui implementasi bauran promosi dalam elemen-elemen IMC. Penulisan ini menggunakan analisis dari berbagai data sekunder yang tersedia. Hasil yang diperoleh adalah implementasi elemen-elemen IMC belum optimal sehingga diperlukan pelaksanaan program IMC yang lebih terencana dan terintegrasi di seluruh bauran promosi yang digunakan.

ABSTRACT

The focus in this paper is to see the trend of Maicih is already decreasing but still survive and can compete with today 39 s snack. It is not only by Online Marketing Communication such as the beginning, but rather by developing a broader marketing strategy and promotional mix. So, this paper aims to analyze the marketing mix and marketing communications of Maicih currently done through the implementation of promotional mix in IMC tools. This paper uses the analysis of secondary data available. The result is the implementation of IMC tools have not been optimized so that the necessary implementation of IMC program that more planned and integrated throughout the promotional mix.