

Kebijakan pemasaran ritel Shiseido selama masa pandemi COVID-19 = Shiseido's retail marketing policy during the pandemic COVID-19

Flora Arifahsasti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20522885&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas strategi pemasaran ritel Shiseido yang terkena dampak penurunan eksistensi dan pemasaran ritel selama masa pandemi Covid-19. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis pengaplikasian konsep Kaizen manajemen dalam melakukan perbaikan secara berkala terhadap sistem, inovasi dan brand awareness (kesadaran merek) guna mempertahankan eksistensi dan meningkatkan penjualan produk selama masa pandemi berlangsung. Tesis ini juga menjelaskan mengenai sudut pandangan para konsumen terhadap inovasi dan brand awareness yang telah dilakukan oleh ritel Shiseido selama masa pandemi Covid-19. Hasil dari penelitian menunjukkan bentuk adaptasi terhadap strategi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan zaman seperti penyebaran brand awareness melalui para idol di sosial media mengenai inovasi teknologi dan produk ritel dapat menciptakan suatu tren yang dapat menjaga eksistensi dan penjualan selama masa pandemi hingga menghasilkan keuntungan atas pola konsumsi yang dibentuk oleh tren tersebut.

.....This thesis discusses Shiseido's retail marketing strategy which was affected by the decline in retail existence and marketing during the Covid-19 pandemic. The purpose of this study is to analyze the application of the Kaizen management concept in making periodic improvements to the system, innovation and brand awareness in order to maintain existence and increase product sales during the pandemic. This thesis also explains the consumer's point of view on innovation and brand awareness that has been carried out by Shiseido retailers during the Covid-19 pandemic. The results of the study show that adaptation to marketing strategies that are in accordance with the times, such as the spread of brand awareness through idols on social media regarding technological innovations and retail products can create a trend that can maintain existence and sales during the pandemic to generate profits on consumption patterns. shaped by the trend.