

ABSTRAK

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Mixue Dalam Meningkatkan Penjualan
Nama : Ulul Fikri Amalia
Program Studi : Komunikasi Pemasaran

Ice cream dan tea merupakan sebuah produk minuman dan makanan yang cukup potensial sebagai peluang bisnis yang menggiurkan. Berkembangnya peluang bisnis yang lebih luas. Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang di laksanakan pada Gerai Mixue Citra Raya Tangerang dan mengkaji hambatan strategi komunikasi pemasaran seperti apa yang di hadapi oleh Mixue Citra Raya Tangerang, bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dan hambatan apa saja yang di alami oleh Gerai Mixue tersebut dalam meningkatkan penjualan, dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan deskriptif kualitatif yang memaparkan fakta dan data mengenai strategi komunikasi pemasaran dan hambatan strategi komunikasi pemasaran menggunakan teori komunikasi pemasaran. Dari hasil penelitian yang di dapatkan bahwa Mixue memiliki strategi komunikasi pemasaran yang efektif diantaranya promosi penjualan, Word Of Mouth, dan pemasaran langsung dan mengalami hambatan diantaranya terbatasnya area promosi dan terbatasnya sumber daya manusia. Dapat di simpulkan dari hasil penelitian yang telah di dapatkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang efektif bagi Mixue Citra Raya yaitu promosi penjualan, word of mouth, dan pemasaran langsung dan hambatannya yaitu terbatasnya area promosi dan sumber daya manusia yang terbatas.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, penelitian kualitatif, Mixue