ABSTRAK

Nama/ NIM : Elvira Rinaldi/ 201251003

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran pada *Rebranding* Dalam Meningkatkan *Brand Equity*

Jumlah Halaman : vii; 68 halaman; 4 gambar; 2 bagan; 3 tabel; 3 lampiran

Daftar Pustaka : 22 buku 1997 – 2013

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Hokben pada *rebranding* Hokbendalam meningkatkan *brand equity*. Kegiatan ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi dan juga studi dokumentasi. Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif jenis deskriptif. Hasil penelitian yang dilakukan menggambarkan bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan *Marketing Communication* PT. Eka Bogainti selaku perusahaan yang menaungi Hokben setelah Hokben melakukan *rebranding*. *Marketing Communication* PT. Eka Bogainti dalam menjalankan strateginya dibantu oleh segenap karyawan Hokben termasuk *Store Manager* dan *Store Supervisor* yang langsung berhubungan dengan konsumen. Dan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan adalah dengan mengelompokkan produknya berdasarkan segmentasi selain itu Hokben juga menggunakan karyawannya dengan mengatur cara bersikap dan berbicara karyawan dihadapan konsumen. Hokben juga menggunakan *store*nya sebagai media utama dalam memasarkan produknya. Sedangkan untuk meningkatkan dan mempertahankan ekuitas mereknya, Hokben mempertahankan cita rasa makanannya dan juga pelayanannya.Dengan demikian, bukan hanya strategi dalam memasarkan produk yang dijalankan oleh *Marketing Communication* Hokben tapi juga tata cara karyawan khususnya karyawan yang berada di store menghadapi konsumen secara langsung.