

ABSTRAK
PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI JUICE ABC

Oleh

Ghandi Adani

NIM : 1601190456

Studi ini merupakan studi desain pemasaran dan media sosial untuk produk ABC Jus oleh Heinz. Dalam rangka meningkatkan penjualan dan pengenalan Brand untuk Brand ABC Jus, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan metode periklanan dan promosi yang berhasil, menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan target demografis.

Data dasar diperoleh, dan responden diberi pertanyaan. Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kesadaran Brand , asosiasi Brand , kualitas yang dirasakan Brand , dan loyalitas pelanggan untuk jus Brand Buavita dan ABC, peneliti membandingkan faktor-faktor tersebut dengan menggunakan nilai rata-rata dan korelasi Pearson (pearson product moment). Menurut temuan studi, Brand jus Buavita lebih populer daripada Brand jus ABC dalam hal pengenalan Brand , afiliasi, persepsi kualitas, dan loyalitas pelanggan. Studi ini menunjukkan hubungan antara loyalitas pelanggan dan kesadaran Brand , asosiasi Brand , dan kualitas Brand yang dirasakan untuk jus Brand Buavita dan ABC.

Selain observasi dan wawancara, kuesioner dan kajian pustaka juga digunakan sebagai metodologi penelitian. Sesuai dengan kebutuhan penelitian, data akan dikumpulkan dan diorganisir, media kreatif, iklan internet, dan promosi adalah bagian dari kerangka teoritis

Kata kunci: Brand awareness, Media kreatif, dan Promosi.