ABSTRAK

Strategi Bagian Promosi Dan Marketing *Alifa Moeslem's Shopping Center* Bandung Dalam Membangun *Brand Image* Melalui Promosi Produk Dikalangan Konsumen

Oleh :

M. Ferdiz Trias Indrawan

Nim. 41810700

Skripsi ini di bawah bimbingan :

Desayu Eka Surya, S.Sos, M.Si.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Bagian Alifa Moeslem's Shopping Center Dalam Membangun Brand Image Melalui Promosi Produk Dikalangan Konsumen. Untuk menjawab masalah diatas maka diangkat subfokus, **Tujuan, Rencana, Kegiatan, Pesan, Media** untuk mengukur focus penelitian.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, subyek penelitian adalah bagian promosi dan marketing Alifa Moeslem's shopping Center Bandung, informan dan key informan penelitian diperoreh melalui teknik purposive sampling.

Hasil penelitian adalah **Tujuan** dari *Alifa Moeslem Shopping Center* Bandung ialah untuk meningkatkan penjualan produknya, **Rencana** dari *Alifa Moeslem Shopping Center* Bandung ialah untuk mengkonsep semua kegiatan yang dilakukan, **Kegiatan** ialah serangkaian aktifitas untuk mempromosikan produk, **Pesan** ialah keseluruhan apa yang disampaikan perusahaan baik pesan persuasive maupun informatif, **Media** ialah bagaiman *Alifa Moeslem Shopping Center* Bandung dalam menjalankan promosi produknya melalui media cetak maupun media elektronik.

Kesimpulan penelitian adalah: strategi ialah suatu upaya untuk mencapai suatu tujuan atau sasaran yang ditetapkan sesuai dengan keinginan, karena strategi merupakan upaya pelaksanaan.

Peneliti menyarankan pada Bagian Promosi Dan Marketing *Alifa Moeslem's Shopping Center* Bandung agar dapat mempertahankan dan berinovasi dalam kegiatan promosi produknya agar dapat menarik keinginan konsumen untuk berbelanja *Alifa Moeslem's Shopping Center* Bandung.