

Analisis marketing communications mix Plaza Indonesia on4 = Analysis of marketing communications mix Plaza Indonesia on4

Michiko Putri Rahayu, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20459525&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Bauran komunikasi pemasaran memiliki peranan yang penting bagi perusahaan sebagai alat dalam melakukan komunikasi pemasaran untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan customer. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana bauran komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Plaza Indonesia On4 khususnya pada kuartal pertama tahun 2017. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistic dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan data sekunder yaitu berupa studi pustaka dan data yang ada. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pada kuartal pertama tahun 2017, Plaza Indonesia On4 menitikberatkan events experiences sebagai pilihan utama mereka diantara bauran komunikasi pemasaran lainnya. Kata kunci: bauran komunikasi pemasaran, platform komunikasi, millennials, pusat perbelanjaan.

<hr>

ABSTRACT

Marketing Communication Mix has an important role for company as a marketing communication rsquo s tool to inform, persuade, and remind customers. This research is aimed to analyze the marketing communication mix of Plaza Indonesia On4 on their first quarter in 2017. This research is conducted using positivist paradigm with qualitative method, data collected through library research and existing data. The results of this study indicate that during the first quarter of 2017, Plaza Indonesia On4 count heavily on events experiences as their first choice amongst other marketing communications mix. Keywords Marketing communications mix, communication platforms, millennials, mall