



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi Branding Di Usaha Kecil Menengah Pada Produk Oblong Macapat
PRANA SAKTI YOGA S, Dra. Sufitri M.M
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

INTISARI

Studi ini bertujuan untuk mengetahui strategi *branding* yang dilakukan oleh Oblong Macapat. Penelitian ini dilakukan di Oblong Macapat yang dilaksanakan pada tanggal 28 Juli 2020 sampai tanggal 5 November 2020 Jenis penelitian yang dilakukan adalah metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan objek penelitian secara mendalam dalam pengumpulan data yang dilakukan secara mendalam. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara mendalam dan observasi non partisipan. Wawancara dengan pemilik Oblong Macapat untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh Oblong Macapat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya keterkaitan dari strategi branding terhadap sudut pandang konsumen kepada produk Oblong Macapat

ABSTRACT

The purpose of this research is to know about the branding strategy which have been done by Oblong Macapat. This research was applied at Oblong Macapat from July 28th until November 5th . Type of this research is qualitative descriptive method that aims to explain the object of research in depth with data collection that is done in depth. Data collection techniques in the form of interview data in the form of in-depth interviews and non-participant observation. Interview with the owner of Oblong Macapat to find out the brand development and strategy used by Oblong Macapat.

The result of this observation showed that there is a relation between branding strategy into customer perception.



Strateegi Branding Di Usaha Kecil Menengah Pada Produk Oblong Macapat
PRANA SAKTI YOGA S, Dra. Sufitri M.M

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS
GADJAH MADA