

Komunikasi Pemasaran Distribution Outlet

(Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Distribution Outlet Nimco dalam Meningkatkan Kunjungan Konsumen)

Adi Nugroho

11/314205/SP/24600

INTISARI

Komunikasi pemasaran dapat dipahami dengan menguraikan dua unsur pokoknya, yaitu komunikasi dan pemasaran. Bagi setiap perusahaan, konsumen memiliki peranan yang sangat penting karena masing-masing konsumen memiliki perilaku dan karakteristik yang berbeda-beda. Perusahaan dituntut untuk mengetahui benar-benar calon konsumen yang akan menjadi sasaran pemasaran mereka dan mengetahui faktor-faktor yang membentuk perilaku calon konsumennya. Nimco Royal Store atau yang sering disebut Distro Nimco merupakan sebuah gerai yang menjual pakaian dan pernik-pernik yang konsepnya bergerak di bidang industri kreatif yang banyak diminati oleh anak muda. Melalui penelitian ini diharapkan dapat mengetahui strategi komunikasi pemasaran Nimco dalam meningkatkan kunjungan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan metode pengumpulan data wawancara, observasi partisipan, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Nimco adalah strategi penetrasi pasar, strategi diversifikasi terkait, dan strategi integrasi. Tetapi strategi tersebut dijalankan dengan bervariasi oleh pihak Nimco.

Kata kunci: komunikasi pemasaran, strategi, konsumen, strategi komunikasi pemasaran.

Marketing Communication Distribution Outlet

*(Case Study of Nimco's Marketing Communication Distribution Strategy in
Increasing Consumer's Visit)*

Adi Nugroho

11/314205/SP/24600

ABSTRACT

Marketing communication can be understood by deciphering its two main elements, which are: communication and marketing. For every company, consumers have an important role because every consumer has different behavior and characteristic between one and another. Companies are required to really understand about their candidate of consumers which are going to be their marketing target, and furthermore also understand the factors which affect the behavior of their candidates. Nimco Royal Store which is also known as Distro Nimco, a store which has a concept of creative industry, is selling attire and accessories suitable for young people nowadays. This study is expected to find out the distribution strategy which is used by Nimco to raise the number of consumer's visit. This study used three methods of case study, they are; data collection interviews, participants observation, and documentation. The result of this case study shows that Nimco uses these marketing communication strategies; market penetration strategy, related diversification strategy, and integration strategy. However, those strategies are varying conducted by Nimco.

Keywords: *marketing communication, strategy, consumer, marketing communication strategy.*