ABSTRAK

PENGARUH STRATEGI PROMOSI LIBERICA COFFEE DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PRODUK LIBERICA COFFEE

Oleh : Ega Faris Afif

(xiii + 5 bab + 76 hal + 7 lampiran + 24 bibl (2010 - 2018)

Seiring dengan meningkatnya mobilitas dan gaya hidup khususnya di kota-kota besar di Indonesia, pertumbuhan *coffee shop* pun menjadi cukup pesat. Pasalnya, minum kopi saat ini menjadi kebutuhan sekaligus gengsi tersendiri bagi peminumnya. Tak heran perubahan gaya hidup minum kopi ini menyebabkan perkembangan kafe atau *coffee shop* semakin menjamur. Liberica Coffee merupakan salah satu perusahaan yang mengikuti berbagai kegiatan pemasaran melalui berbagai alat promosi seperti media cetak maupun elektronik, brosur, memberikan voucher kepada loyal *customer*, memberikan diskon dan lain-lain. Kegiatan pemasaran ini dimaksudkan agar masyarakat mampu mengetahui dan memahami produk-produk yang dikeluarkan oleh Liberica Coffeesampai akhirnya tertarik untuk mencoba.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi promosi Liberica Coffee dalam meningkatkan *brand awareness* produk Liberica Coffee. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori AIDDA. Metode yang digunakan adalah *mix method* atau metode campuran antara kuantitatif dan kualitatif Variabel X adalah pengaruh strategi promosi Liberica Coffee dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatf yakni menggali informasi dari pengelola Liberica Coffee tentang strategi promosi dan Variabel Y adalah peningkatkan *brand awareness* produk Liberica Coffee menggunakan pendekatan kuantitatif agar mengetahui penilaian responden (konsumen) tentang *brand awareness* produk Liberica Coffee dimana populasinya adalah 20 orang pengunjung Liberica Coffee dan 2 orang narasumber dari pihak Liberica Coffee.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa *Marketing Public Relations* Liberica Coffee mempunyai peran penting dan menjalankan peranannya sesuai tugasnya, sesuai kewenangan dan sesuai aturan yang diberikan oleh perusahaan. Strategi promosi Liberica Coffee dalam meningkatkan produk *brand awareness* adalah strategi *push, pull,* dan *pass.* Menurut pengunjung Liberica Coffee mengalami peningkatkan *brand awareness* produk Liberica Coffee yang dinilai sangat meningkat.

Kata kunci : strategi promosi, brand awareness, marketing public relations.