

Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Ekuitas Merek Indihome

FEBRINA FITRI ASTARI

(Pembimbing : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201303041@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu yang terdiri dari Iklan, Promosi Penjualan, Penjualan Personal, Hubungan Masyarakat & publisitas, Pemasaran Langsung, Pemasaran Interaktif, dan Desain perusahaan secara parsial terhadap Ekuitas Merek. Jenis penelitian yang digunakan adalah explanatory research dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang disebar kepada 100 responden yang merupakan pelanggan dan pernah mengunjungi Plasa Telkom Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel dari Komunikasi Pemasaran Terpadu yaitu Iklan, Promosi Penjualan, Penjualan Personal, Hubungan Masyarakat & publisitas, Pemasaran Langsung, Pemasaran Interaktif, dan Desain perusahaan secara parsial diketahui hanya variabel Iklan, Promosi Penjualan, Penjualan Personal, Pemasaran Interaktif, dan Desain Perusahaan yang berpengaruh signifikan terhadap Ekuitas Merek.

Kata Kunci : Komunikasi pemasaran terpadu dan Ekuitas Merek

The Influence of Integrated Marketing Communication on Indihome Brand Equity

FEBRINA FITRI ASTARI

(Lecturer : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211201303041@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This study aims to identify and explain how the influence of Integrated Marketing Communications consisting of Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Public Relations & publicity, Direct Marketing, Interactive Marketing, and Corporate Design partially on Brand Equity. The type of this study is explanatory research by using questionnaires as research instruments that distributed to 100 respondents who are customers and ever visit Plasa Telkom Semarang. The results showed that variables of Integrated Marketing Communications such as Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Public Relations & publicity, Direct Marketing, Interactive Marketing, and Corporate Design as partially known only advertising variable, Sales Promotion, Personal Selling, Interactive Marketing, and Corporate Design had a significant effect on Brand Equity.

Keyword : Integrated Marketing Communication and Brand Equity