

## **ABSTRAK**

### **PEMBENTUKAN *BRAND AWARENESS* KONSUMEN MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RANAH BISNIS KULINER (Studi pada Rumah Makan Mister Geprek di Kawasan Kampus Universitas Lampung)**

Oleh

Ajeng Dini Utami

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Rumah Makan Mister Geprek di Bandar Lampung dalam membentuk *brand awareness* konsumen. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini berasal dari manajemen (internal) Mister Geprek dan konsumen (eksternal) Mister Geprek yang ditentukan dengan menggunakan metode *purposive* dan *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data interaktif, dan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mister Geprek menerapkan delapan bauran komunikasi pemasaran yaitu: periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran *online* dan media sosial, pemasaran *mobile*, pemasaran langsung, dan penjualan personal. Adapun pemasaran *online* dan media sosial adalah bauran komunikasi pemasaran yang dominan dalam pembentukan *brand awareness* konsumen Rumah Makan Mister Geprek.

**Kata Kunci:** Mister Geprek, Rumah Makan, Strategi Komunikasi Pemasaran, Kesadaran Merek

## **ABSTRACT**

*THE ESTABLISHMENT OF CONSUMER BRAND AWARENESS THROUGH  
MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES IN THE CULINARY  
BUSINESS DOMAIN (STUDY AT MISTER GEPREK RESTAURANT IN THE  
UNIVERSITY OF LAMPUNG CAMPUS)*

*By*

Ajeng Dini Utami

*This research aims to describe the marketing communication strategies carried out by Mister Geprek Restaurant in Bandar Lampung in forming consumer brand awareness. This type of research is descriptive qualitative. Informants in this study came from the management (internal) of Mister Geprek and consumers (external) of Mister Geprek who were determined using purposive and snowball sampling methods. Data collection techniques using in-depth interviews, observation, and documentation. Data analysis in this study use interactive data analysis, and data validity techniques using source triangulation. The results of data mining showed that Mister Geprek applied eight marketing communication mix namely: advertising, sales promotion, events and experiences, public relations and publicity, online marketing and social media, mobile marketing, direct marketing, and personal selling. Online marketing and social media are the dominant marketing communication mix in forming consumer brand awareness at Mister Geprek Restaurant.*

***Keyword:*** ***Mister Geprek, Restaurant, Marketing Communication Strategies, Brand Awareness***