

ABSTRAK

Isa Mansur, 2014. *Proses penguatan merek (Brand Reinforcement) dalam bisnis (studi kasus kedai kopi Mr. Coffee JL. Kayoon No 1 Surabaya)*. Skripsi Manajemen Dakwah Program Study Kewirausahaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Penguatan merek

Penguatan merek merupakan suatu proses dari berbagai proses manajemen pemasaran dalam bisnis, penguatan merek dapat timbul dalam berbagai factor strategi diantaranya brand awareness dan brand image, brand awareness merupakan kesanggupan calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori tertentu, sedangkan brand image merupakan sejumlah keyakinan tentang merek, dalam hal ini peneliti mengambil penguatan merek kedai kopi Mr. Coffee. penguatan merek dimaksudkan sebagai pendukung merek produk yang berada dalam tahap pertumbuhan produknya melalui aktifitas promosi dan distribusi untuk memperoleh manfaat dari kombinasi bauran pemasaran.

Dari uraian di atas, penulis mengambil judul proses penguatan merek dalam bisnis, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana proses penguatan merek yang dilakukan oleh kedai kopi Mr. Coffee melalui bauran pemasaran. Apa saja yang dilakukan kedai kopi Mr. Coffee dalam menguatkan merek melalui bauran pemasaran?

Metode yang digunakan penulis dalam meneliti kasus ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif, karena pendekatan kualitatif lebih tepat untuk mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan judul penelitian. Adapun sumber data yang diperoleh yakni dengan menggunakan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

Proses penguatan merek yang dilakukan oleh kedai kopi Mr. Coffee menggunakan bauran pemasaran yang disebut dengan empat P yaitu produk (product), price (harga), place (distribusi), promosi (promotion). Di dalam proses penguatan merek tersebut juga terdapat beberapa aktifitas promosi yang dilakukan, untuk menunjang merek agar lebih dikenal masyarakat.