

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Hubungan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Peci Mahkota Pria Bandung”. Kegiatan komunikasi pemasaran merupakan salah satu bentuk dari kinerja seorang *Public Relations* dalam sebuah perusahaan, dimana dalam kegiatan komunikasi pemasaran bertujuan untuk memperkenalkan serta mengkomunikasikan suatu produk maupun jasa kepada masyarakat. Tujuan dari informasi dan promosi yang dilakukan adalah agar konsumen maupun pelanggan mengetahui dan berniat untuk membeli dan tetap membeli produk yang ditawarkan suatu perusahaan.

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan, menganalisa data dan mendapatkan informasi-informasi mengenai kegiatan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat konsumen Peci Mahkota Pria Bandung. Serta untuk menambah dan memperdalam pengetahuan peneliti baik secara teori maupun aplikasinya, dan untuk mengetahui usaha – usaha yang dilakukan untuk mengatasi hambatan – hambatan tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan tujuan mengetahui hubungan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat konsumen Peci Mahkota Pria. Sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah studi kepustakaan, observasi, wawancara dan penyebaran angket. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling non probabilitas, yaitu penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan subjektivitas peneliti, bukan perhitungan “hukum kebetulan” teknik sample yang ditujukan kepada responden atau siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data yaitu orang yang sering berberlanja di Peci Mahkota Pria atau disebut dengan pelanggan sebanyak 50 responden.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka diperoleh bahwa hubungan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat konsumen Peci Mahkota Pria mempunyai fungsi yang sangat penting, tentunya dalam meningkatkan minat konsumen. dan promo Peci Mahkota Pria masih kurang optimal dalam penyebarannya.

Hal – hal yang ingin peneliti rekomendasikan sebagai bahan masukan bagi Perusahaan Peci Mahkota Pria Bandung untuk memanfaatkan semaksimal mungkin media komunikasi baik media sosial guna menjangkau segala segmen konsumen dan pelanggan sehingga perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan produk sejenis yang pada saat ini sedang menjamur di tengah masyarakat.

## ABSTRACT

*This research is titled relationship marketing communication in increasing consumer interest Peci Mahkota Pria Bandung.*

*Marketing communication activity is one form of performance of a Public Relations in a company, where in marketing communication activities aims to introduce and communicate a product or service to the community. The purpose of the information and promotion is done so that consumers and customers know and intend to buy and continue to buy products offered by a company.*

*The purpose of this research is to describe, analyze data and obtain information - information about marketing communication activities in increasing consumer interest Peci Mahkota Pria Bandung. As well as to add and deepen the researcher's knowledge both theoretically and its application, and to know the efforts undertaken to overcome these obstacles.*

*The research method used is quantitative method with the purpose of knowing the relationship of marketing communication in increasing the interest of consumers Peci Mahkota Pria. While the data collection technique is literature study, observation, interview and questionnaire dissemination.*

*The sample technique used in this research uses a non probability sampling technique, that is the sampling conducted based on the subjectivity of the researcher, not the calculation of "coincidence law" of the sample technique addressed to the respondent or anyone who accidentally / incidentally meets with the researcher can be used as a sample, when viewed by people who happened to meet it is suitable as a source of data that is people who often berberlanja in Peci Mahkota Pria or referred to by customers as much as 50 respondents.*

*Based on the results of the analysis and discussion it is obtained that the relationship of marketing communications in increasing consumer interest Peci Mahkota Men have a very important function, of course in increasing consumer interest. and promo Peci Mahkota Pria still not optimal in its spreading.*

*The things that researchers want to recommend as input for the Company Peci Mahkota Pria Bandung to take advantage of as much as possible communication media both social media to reach all segments of consumers and customers so that companies are able to compete with companies similar products that are currently mushrooming in the community.*

## RINGKESAN

**Judul panalungtikeun ieu nyaeta Hubungan Komunikasi Pemasaran Dina Ngaronjatkeun Minat Konsumen di Peci Mahkota Pria Bandung.**

**Maksud diayakeun panalungtikan ieu nyaeta kangge ngecekeun, ngajelaskeun data jeung keur nganyahokeun beha komunikasi pemasaran Peci Mahkota dina ngaronjatkeun minat konsumen. Sareng kangge nambah pangatahuan panalungtik sae secara teori oge aplikasina, sareng supados terang usaha – usaha nu dipilampah kangge pikeun kaluar tina eta halangan – halangan.**

**Metode panalungtikan anu digunakeun nyaeta metode kuantitatif, nyaeta metode panalungtikean anu ngagambarkeun hubungan komunikasi pemasaran jeung meningkatkan minat konsumen Peci Mahkota Pria. Kondisi secara rinci ngeunaan kajantenan dumasar kana fakta sareng data anu kajantenan nalika panalungtik ngalakonan panlungtikan. Teknik ngempelkeun datana nyaeta studi kepustakaan, observasi, wawancara sareng panyebaran angket ka responden.**

**Teknik ngempelkeun sampel anu digunakeun dina panalungtikan ieu nyaeta ngagunakeun sampel teknik ngumpulkeun conto dina panalungtikan ieu nyaeta ngangge teknik non probabilitas, nyaeta penarikan sampel nu dilakukeun berdasarkeun subjektivitas peneliti, sanes perhitungan “hukum kebetulan”, nyaeta pemilihan sampel anu ditenjokeun ka responden atawa saha anu kajadian pateupang jeung panalungtik nu tiasa di angge salaku sampel, upami jalmi nu cocok salaku sumber data. Nyaeta jalmi anu sering balanja di Peci Mahkota. dimana jumlah sampelna 50 jalmi.**

**Dumasarkana panalungtikan yen ngahasilkeun hubungan komunikasi Pemasaran Peci Mahkota gaduh fungsi langkung penting. Pastina ngaronjatkeun minat konsumen . sareng promosi Peci Mahkota masih kurang optimal panyebaranna.**

**Hal – hal anu direkomendasikeun panalungtik kanggo bahan leubeuteun pihak Parusahaan Peci Mahkota nyaeta Peci Mahkota kudu ngamanfaatkeun kabeh media komunikasi, nyaeta media sosial, guna ngahontal sagala bagean tina pamakena tur konsumen, supados pausahaan tiasa saingan jeung pausahaan sarupa nu rea dina masyarakat.**