

## ABSTRACT

*The research entitled ESSE CHANGE JUICY CIGARETTE MARKETING COMMUNICATION STRATEGY TO ATTRACT CONSUMERS INTEREST IN INDOGROSIR BANDUNG aims to find out how the process of Esse Change Juicy cigarette marketing communication strategy is carried out by PT. Haswara Anjaya Akeh to attract consumers at Indogrosir Bandung.*

*This study uses a qualitative research method with a descriptive approach method consisting of 3 expert informants and 5 supporting informants using interview techniques.*

*In this study it is known that PT. Haswara Hanjaya Akeh has implemented an Integrated Marketing Communication (IMC) strategy in carrying out Esse Change Juicy cigarette marketing activities at Indogrosir Bandung, especially the Sales Promotion and Personal Selling strategies.*

*The largest segment of the cigarette market in Indogrosir Bandung is small shop and retail shop owners who are very sensitive to the selling price of cigarettes, so they are very enthusiastic when a Sales Promotion program is held in the form of freegod and shopping vouchers. While the Personal Selling strategy by placing a sales promotion girl on a regular basis at Indogrosir Bandung can build consumer confidence and preferences, which encourage consumer action to buy products.*

*The Integrated Marketing Communication (IMC) implemented by PT Haswara Hanjaya Akeh has proven successful and the impact can be seen directly, namely the increase in sales of Esse Change Juciy cigarettes at Indogrosir Bandung in the last 3 (three) months.*

## **ABSTRAK**

Penelitian yang berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ROKOK ESSE CHANGE JUICY UNTUK MENARIK MINAT KONSUMEN DI INDOGROSIR BANDUNG. ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses strategi komunikasi pemasaran rokok Esse Change Juicy yang dilakukan oleh PT. Haswara Anjaya Akeh untuk menarik minat konsumen di Indogrosir Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode pendekatan deskriptif yang terdiri dari 3 informan ahli dan 5 informan pendukung dengan menggunakan teknik wawancara.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa PT. Haswara Hanjaya Akeh telah melakukan strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dalam menjalankan aktivitas pemasaran rokok Esse Change Juicy di Indogrosir Bandung, terutama strategi Sales Promotion dan Personal Selling.

Segmen pasar rokok di Indogrosir Bandung yang terbanyak adalah pemillik warung dan toko yang sangat sensitif terhadap harga jual rokok sehingga sangat antusias bila diadakan program Sales Promotion berupa freegod dan voucher belanja. Sedangkan srategi Personal Selling dengan menempatkan sales promotion girl secara tetap di Indogrosir Bandung dapat membangun keyakinan dan preferensi konsumen, yang mendorong aksi konsumen untuk membeli produk.

Integrated Marketing Communication (IMC) yang dilaksanakan oleh PT Haswara Hanjaya Akeh terbukti berhasil dan dampaknya dapat dapat dilihat langsung yaitu meningkatnya penjualan rokok Esse Change Juciy di Indogrosir Bandung dalam 3 (tiga) bulan terakhir.

## RINGKESAN

Panalungtikan anu dijudulan *STRATEGI KOMUNIKASI PAMASARAN ROKOK ESSE CHANGE JUICY PIKEUN MIKAT MINAT KONSUMEN DI INDOGROSIR BANDUNG* miboga tujuan pikeun mikanyaho kumaha prosés strategi komunikasi pamasaran rokok Esse Change Juicy anu dilaksanakeun ku PT. Haswara Anjaya Akeh pikeun narik konsumen di Indogrosir Bandung.

Ieu panalungtikan ngagunakeun métode panalungtikan kualitatif kalawan métode déskriptif anu diwangun ku 3 informan ahli jeung 5 informan pendukung ngagunakeun téhnik wawancara.

Dina ieu panalungtikan dipikanyaho yén PT. Haswara Hanjaya Akeh geus ngalaksanakeun strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dina ngalaksanakeun kagiatan pamasaran rokok Esse Change Juicy di Indogrosir Bandung hususna strategi Sales Promotion jeung Personal Selling.

Segmen panggedena pasar rokok di Indogrosir Bandung nyaéta para pamilik toko sareng toko anu sensitip pisan kana harga jual roko, ku kituna sumanget pisan nalika diayakeun program Promosi Penjualan dina bentuk freegod sareng voucher balanja. Sedengkeun stratégi Personal Selling ku cara nempatkeun sales promotion girl sacara rutin di Indogrosir Bandung bisa ngawangun kayakinan jeung karesep konsumen, anu ngadorong aksi konsumen pikeun meuli produk.

Integrated Marketing Communication (IMC) anu dilaksanakeun ku PT Haswara Hanjaya Akeh kabuktian suksés sarta dampakna bisa ditingali langsung, nya éta ngaronjatna penjualan rokok Esse Change Juciy di Indogrosir Bandung dina 3 (tilu) bulan ka tukang.