

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Distributor Arloovitext pada *Reseller* di Kota Bandung” Arloovitext merupakan sebuah Perusahaan Dagang (PD) yang termasuk kedalam Perusahaan Dagang Textile yang berada di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis bagaimana penerapan strategi komunikasi pemasaran Arloovitext pada reseller di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan teori teori *Integrated Marketng Communication* (IMC) dari Therence A. Shimp sebagai tolak ukur dalam membangun strategi komunikasi pemasaran yang baik. Dengan menggunakan metode kualitatif yang dilakukan tatap muka. Peneliti memperoleh data dengan teknik *sampling purposive* yaitu dari wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Arloovitext mampu membangun dan mempertahankan strategi komunikasi pemasarannya yang telah dibangun selama enam tahun sejak tahun 2016. Dengan memenuhi lima unsur dari teori *Integrated Marketng Communication* (IMC) dari Therence A. Shimp yaitu periklanan, hubungan masyarakat, promosi penjualan, penjualan personal dan acara sponsor.

**Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Arloovitext, Reseller,**

### **ABSTRACT**

*This research is entitled " Strategy Marketing Communication Arloovitext's Distributors To Resellers In Bandung" Arloovitext is a Trading Company (PD) which is included in the Textile Trading Company located in the city of Bandung. This study aims to find out and analyze how the application of arloovitext marketing communication strategy to resellers in the city of Bandung.*

*This research uses the theory of Integrated Marketing Communication (IMC) theory from Therence A. Shimp as a benchmark in building a good marketing communication strategy. By using qualitative methods that are carried out face-to-face. Researchers obtained data with purposive sampling techniques , namely from interviews, observations and documentation.*

*The results of this study show that Arloovitext is able to build and maintain its marketing communication strategy that has been built for six years since 2016. By fulfilling the five elements of Therence A. Shimp's Integrated Marketing Communication (IMC) theory, namely advertising, public relations, sales promotion, personal sales and sponsorship events.*

**Keywords : Strategy Marketing Communication, Arloovitext, Resellers**

## RINGKESAN

*Panalungtikan ieu dijudulan “Strategi Komunikasi Pemasaran Distributor Arloovitext ka Reseller di Kota Bandung” Arloovitext mangrupa Perusahaan Dagang (PD) anu kaasup kana Perusahaan Dagang Tekstil anu aya di Kota Bandung. strategi komunikasi ka reseller di Kota Bandung.*

*Dina ieu panalungtikan ngagunakeun tiori Integrated Marketing Communication (IMC) ti Therence A. Shimp salaku patokan dina ngawangun strategi komunikasi pamasaran anu alus. Ku cara ngagunakeun métode kualitatif anu dilakukeun sacara tatap muka, panalungtik meunangkeun data ku téhnik purposive sampling, nya éta tina wawancara, observasi jeung dokuméntasi.*

*Hasil tina ieu panalungtikan nunjukkeun yén Arloovitext mampuh ngawangun jeung mertahankeun stratégi komunikasi pamasaranna anu geus diwangun salila genep taun ti taun 2016. Ku nyumponan lima unsur tiori Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Therence A. Shimp, nyaéta periklanan, publik. hubungan, promosi penjualan, penjualan pribadi sareng acara sponsor.*

**Kecap Konci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Arloovitext, Reseller**