

ANALISIS PERAN *EVENT MARKETING* WE STARMUSIC DALAM MENJAGA *BRAND LOYALTY* BIR BINTANG PILSNER

Azusa Rahman Wijaya

ABSTRAK

Produk minuman berakohol seperti bir di Indonesia memiliki aturan yang sangat ketat dalam melakukan aktivitas promosinya. Salah satu produsen bir di Indonesia yang sudah dikenal yaitu bir Bintang. Untuk bisa bertahan hingga saat ini, bir Bintang memiliki strategi dalam menjaga loyalitas konsumennya melalui *event marketing* We StarMusic. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran *event marketing* yang dilakukan oleh bir Bintang Pilsner dalam menjaga *brand loyalty*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumenter. Informan dalam penelitian ini berjumlah lima orang, dimana dua diantaranya adalah pihak marketing bir Bintang dan sisanya adalah pengunjung *event*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, strategi komunikasi pemasaran melalui *event marketing* yang digunakan bir Bintang dalam menjaga *brand loyalty* merupakan salah satu cara yang paling berperan diantara strategi lainnya seperti media sosial dan *sponsorship*, karena melalui *event marketing* dapat terjalin *two-way communication* yang bisa secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Kata kunci: *Event*, *Event Marketing*, Strategi Pemasaran, *Brand Loyalty*, We StarMusic

ANALYSIS OF THE ROLE EVENT MARKETING WE STARMUSIC IN MAINTAIN BRAND LOYALTY BEER BINTANG PILSNER

Azusa Rahman Wijaya

ABSTRACT

In Indonesia Alcoholic beverages products such as beer has very strict rules in its promotional activities. producer beer in Indonesia which is already known that is bir Bintang. To survive until today, beer Bintang has strategy in maintain customer loyalty through event marketing We StarMusic. The purpose of this research is to determine how event marketing who made by Bintang in maintain brand loyalty. This research uses a qualitative descriptive method. Data collection techniques by using the technique of interview, observation, and documentary. Informants in this research amounted to five people, two of them are marketing beer Bintang and the rest are visitors to the event. The sampling technique in this study conducted by purposive sampling. Based on the results of this research, marketing communication strategy through event marketing who used by beer Bintang in maintain brand loyalty is one of the most responsible way among other strategies, such as social media and sponsorship, because through event marketing can be established two-way communication that can be directly related to the consumer.

Keyword: Event, Event Marketing, Marketing Strategy, Brand Loyalty, We StarMusic