

**KOMUNIKASI PEMASARAN NELLA CAKE PADANG DALAM
MEMBANGUN *BRAND POSITIONING* PADA PELANGGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas

Oleh:

Shofiyya Humaira Jihan

2110863017



Acc Pbb 1
Seminar Skripsi

RM
7/3/2025

Acc Pbb 2
Seminar Skripsi

21/2-2025

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2025

**KOMUNIKASI PEMASARAN NELLA CAKE PADANG DALAM
MEMBANGUN *BRAND POSITIONING* PADA PELANGGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas

Oleh:

Shofiyya Humaira Jihan

2110863017

DOSEN PEMBIMBING:

Revi Marta, M.I.Kom

Ilham Havifi, M.I.Kom

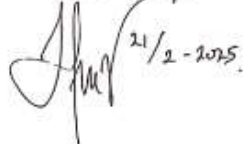


Acc Pbb 1
Seminar Skripsi



7/3/2025

Acc Pbb 2
Seminar Skripsi

 21/2-2025

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2025

ABSTRAK

KOMUNIKASI PEMASARAN NELLA CAKE PADANG DALAM MEMBANGUN *BRAND POSITIONING* PADA PELANGGAN

Oleh:

Shofiyya Humaira Jihan
2110863017

Pembimbing:

Revi Marta, M.I.Kom
Ilham Havifi, M.I.Kom

Bisnis bidang *pastry* dan *dessert* saat ini berkembang pesat dan menjadi salah satu sektor usaha yang menjanjikan, terutama di Kota Padang. Pertumbuhan bisnis ini dapat dilihat dari semakin banyaknya pelaku usaha yang terjun ke industri *pastry* dan *dessert*, sehingga menciptakan persaingan semakin ketat. Salah satu pelaku bisnis *pastry* dan *dessert* yang bertahan hingga saat ini yaitu Nella Cake Padang. Nella Cake Padang menerapkan komunikasi pemasaran dalam membangun *brand positioning*-nya pada pelanggan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Nella Cake Padang meliputi beberapa aspek penting, seperti menyajikan produk berkualitas, menetapkan harga yang terjangkau, memilih lokasi yang strategis, melakukan promosi melalui rekomendasi pelanggan, memberikan pelayanan yang ramah, serta mengelola proses distribusi produk dengan baik. Selain itu, *design* kemasan produk yang menarik juga menjadi bagian dari strategi pemasaran yang diterapkan. Aktivitas komunikasi pemasaran ini bertujuan untuk membangun *brand positioning* yang kuat, yang mencakup menonjolkan karakteristik produk, memberikan manfaat yang jelas bagi pelanggan, serta membangun persepsi positif melalui pengalaman emosional yang dirasakan pelanggan. Selain itu, Nella Cake Padang juga melakukan analisis terhadap kekuatan dan kelemahan merek pesaing untuk lebih memperkuat posisi mereka di pasar. Penelitian ini memberikan gambaran bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan *brand positioning* dan daya saing Nella Cake Padang di pasar yang semakin kompetitif. Dengan pendekatan yang komprehensif melalui bauran pemasaran, Nella Cake Padang mampu mempertahankan relevansi dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Brand Positioning*, Komunikasi Pemasaran, *Marketing Mix*, Nella Cake Padang

ABSTRACT

MARKETING COMMUNICATION OF NELLA CAKE PADANG IN BUILDING BRAND POSITIONING AMONG CUSTOMERS

By:

**Shofiyya Humaira Jihan
2110863017**

Supervisor:

**Revi Marta, M.I.Kom
Ilham Havifi, M.I.Kom**

The pastry and dessert business is currently experiencing rapid growth and has become one of the most promising business sectors, especially in Padang City. This business growth can be seen from the increasing number of entrepreneurs entering the pastry and dessert industry, resulting in increasingly intense competition. One of the pastry and dessert businesses that has managed to survive until today is Nella Cake Padang. Nella Cake Padang implements marketing communication to build its brand positioning among customers. The theory used in this research is the marketing mix theory. The research findings show that the marketing communication carried out by Nella Cake Padang includes several important aspects, such as presenting quality products, setting affordable prices, choosing strategic locations, promoting through customer recommendations, providing friendly service, and managing the product distribution process effectively. In addition, attractive product packaging design also plays a role in the applied marketing strategy. This marketing communication activity aims to build a strong brand positioning, which includes highlighting product characteristics, providing clear benefits to customers, and building a positive perception through the emotional experience felt by customers. Furthermore, Nella Cake Padang also conducts an analysis of the strengths and weaknesses of competitor brands to strengthen their position in the market. This research illustrates how the right marketing communication strategy can improve brand positioning and the competitiveness of Nella Cake Padang in an increasingly competitive market. With a comprehensive approach through the marketing mix, Nella Cake Padang is able to maintain relevance and enhance customer loyalty.

Keywords: Brand Positioning, Marketing Communication, Marketing Mix, Nella Cake Padang