

## Strategi Manajemen Brand Ambassador Artis pada Industri Kuliner di Purwokerto

<b>Title</b>	Strategi Manajemen Brand Ambassador Artis pada Industri Kuliner di Purwokerto
<b>Author Order</b>	2 of 2
<b>Accreditation</b>	4
<b>Abstract</b>	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen menggunakan Brand Ambassador artis komedian Sule Sutisna berhasil mendorong kemajuan industri kuliner di Purwokerto, Jawa Tengah. Studi menempatkan Rumah Makan "Parte Ceker Rempah" milik Sule sebagai subyek penelitian dan konsumen bersama manajemen rumah makan itu sebagai informan penelitian. Sampel diambil menggunakan purposive sampling, yakni memilih informan yang mengetahui permasalahan. Analisa menggunakan analisis interaktif, meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Trend penggunaan Brand Ambassador artis Sule Sutikna dinilai tepat dari sisi pengelolaan manajemen rumah makan. Hasil penelitian dengan menggunakan metode SWOT menyatakan, strategi manajemen reputasi pada industri kuliner menggunakan brand ambassador berhasil menarik minat konsumen untuk berkunjung ke rumah maka "Parte Ceker Rempah" yang berujung pada peningkatan profit usaha setiap bulannya.
<b>Publisher Name</b>	Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia
<b>Publish Date</b>	2020-04-07
<b>Publish Year</b>	2019
<b>Doi</b>	DOI: 10.25008/wartaiski.v2i02.38
<b>Citation</b>	
<b>Source</b>	Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia
<b>Source Issue</b>	Vol 2, No 02 (2019)
<b>Source Page</b>	133-139
<b>Url</b>	<a href="http://warta-iski.or.id/index.php/WartaISKI/article/view/38/41">http://warta-iski.or.id/index.php/WartaISKI/article/view/38/41</a>
<b>Author</b>	Dr S BEKTI ISTIYANTO, S.Sos, M.Si