

ABSTRAK

Muhammad Hadjar Aswad, Komunikasi Pemasaran Pengobatan Alternatif Klinik Hamdalah Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Kota Makassar. Di Bimbing Oleh Syukri, dan Arni

Komunikasi pemasaran merupakan hal yang penting untuk dilakukan dalam menarik dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana peran komunikasi pemasaran pengobatan alternatif klinik hamdalah dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat kota Makassar.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif untuk mendeskripsikan bagaimana peran komunikasi pemasaran dalam mendukung berjalannya sebuah usaha sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa hal yang berperan dalam komunikasi pemasaran Klinik hamdalah, salah satunya ialah bagaimana peran media sosial dalam mendukung strategi pemasaran yang dilakukan oleh klinik hamdalah, Adapun faktor yang mendukung berjalannya pemasaran berkembangnya teknologi saat ini yang memudahkan untuk menjalankan strategi pemasaran yang dibuat oleh sebuah perusahaan, sedangkan faktor yang menghambat ialah perbedaan pandangan masyarakat terhadap klinik hamdalah.

Kata Kunci : Komunikasi, pemasaran, Pengobatan Alternatif