

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan *marketing communication* dalam membangun *brand awareness* Toko Suara Hati. Toko Suara Hati telah dikenal sebagai toko mainan yang terkenal di kota Sukabumi, Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *marketing communication* dalam membangun *brand awareness* Toko Suara Hati. Penelitian ini menggunakan teori *marketing communication* dari Kotler & Amstrong dengan enam poin analisis yaitu periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, hubungan masyarakat, *direct marketing*, dan pemasaran via internet. Metode penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma interpretatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang pemanfaatan *marketing communication* dalam konteks Toko Suara Hati dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan atau pengembangan lebih lanjut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemahaman praktis dan teoritis tentang bagaimana pemanfaatan *marketing communication* dapat membangun *brand awareness*, khususnya dalam industri toko *retail* seperti Toko Suara Hati.

Kata Kunci: *Brand Awareness, Marketing Communication, Toko Suara Hati*