

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk implementasi tagline yang digunakan dalam positioning strategi bisnis apartemen Jogja Amazon Green pada tahun 2019. Hipotesis dalam penelitian ini adalah tagline yang digunakan berdampak positif pada positioning apartemen Jogja Amazon Green. Pengambilan subjek penelitian menggunakan metode wawancara dengan jumlah 4 orang narasumber dari pihak internal Jogja Amazon Green yaitu pada divisi Marketing dan Management dan 3 orang narasumber dari pihak pemilik unit apartemen

Abstract

This research aims to review the form of the implementation of the tag line used in positioning business strategies apartment jogja amazon green in 2019. The hypothesis in the study was a tagline used a positive effect on positioning apartment jogja amazon green. The taking of the subject of the research uses a method of an interview with the number of 4 the speakers from the internal jogja amazon green that is on marketing and management and 3 the speakers from the owners of apartments.

Keywords: the tagline, positioning strategy