

## **ABSTRACT**

*As a society grows rapidly and needs housing, the people in the real estate business make this an effort to meet the needs of people. Quinland group earthayu, one of the housing developers in the earthayu district, brebes district that focuses on the modern settlement. This research aims to find out what branding of property business is done by our earthly quinland group. The branding strategy proposed by sicco van gelder in the study includes aspects of the brand positioning, brand identity, brand personality, and the communication brand. The paradigm used was the constructive paradigm. The study employs descriptive qualitative research methods. It uses data collection techniques for observation, interviews, and documentation. The analysis techniques used are miles and hubers-qualitative data descriptive analysis techniques, where it is stated that the activities in qualitative data analysis are interactive and go on and on. Studies have shown that the quinland group on earth adopted a branding strategy that includes the brand positioning: positioning itself as a housing developer that exhibits modern design and premium quality. Brand identity: name, logo and slogan. Brand personality: the quality of infrastructure and prompt service, friendly and professional. Brand communication: the use of social media, print media, electronic media, public figures or influencer and direct-marketing marketing that included football tournaments, fairs, expo, fun gowes, gymnastics.*

**Keywords:** *Branding Strategy, Sicco Van Gelder, Property.*

## ABSTRAK

Seiring bertumbuhnya masyarakat yang pesat dan membutuhkan tempat tinggal, para pelaku bisnis perumahan menjadikan kesempatan ini sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal masyarakat. Quinland Group Bumiayu, merupakan salah satu developer perumahan di Kecamatan Bumiayu, Kabupaten Brebes yang berfokus pada penyediaan hunian modern. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja strategi branding bisnis properti yang dilakukan oleh Quinland Group Bumiayu. Teori *branding strategy* yang dikemukakan oleh Sicco Van Gelder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi aspek *brand positioning*, *brand identity*, *brand personality*, dan *brand communication*. Paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif data kualitatif Miles dan Huberman, di mana dinyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Quinland Group Bumiayu menerapkan strategi branding yang meliputi *brand positioning*: memposisikan diri sebagai developer perumahan yang mengedepankan desain modern dan kualitas premium. *brand identity*: makna nama, logo dan slogan. *brand personality*: kualitas infrastruktur dan pelayanan cepat tanggap, ramah dan profesional. *brand communication*: penggunaan media sosial, media cetak, media elektronik, bekerja sama dengan *public figure* atau *influencer* dan *direct-marketing* yang meliputi turnamen sepakbola, pameran, expo, *fun gowes*, senam.

**Kata kunci:** Strategi Branding, Sicco Van Gelder, Properti.