

ABSTRAK

Skripsi ini meneliti bagaimana strategi pemasaran Dazzle store dalam meningkatkan penjualan di Yogyakarta. Seiring berkembangnya zaman dunia bisnis terus berkembang dengan sangat pesat. Kondisi dan situasi pasar dapat berubah setiap saat menyebabkan tingkat persaingan dalam dunia bisnis terjadi menuntut setiap pelaku pemasaran untuk mampu melakukan kegiatan pemasaran dengan efektif. Pelaku pemasaran harus mampu menyusun konsep pemasaran yang sesuai dan efisien selaras dengan tujuan perusahaan dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan studi deskriptif kualitatif karena metode penelitian studi deskriptif tepat digunakan untuk mendeskripsikan dan mengeksplanasi secara detail, mendalam dan aktual. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini diketahui dalam penerapannya Dazzle menggunakan beberapa bentuk strategi pemasaran yang membantu dalam meningkatkan volume penjualan yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*) dan bauran promosi (*promotion mix*). Dazzle melibatkan bauran pemasaran 4 P sebagai salah satu bentuk strategi yang digunakan. Dazzle menerapkan semua komponen bauran pemasaran 4 P yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Dazzle juga menerapkan hampir semua komponen bauran pemasaran untuk membantu meningkatkan volume penjualan.

Kata Kunci: Marketing, Strategi Pemasaran komunikasi, Volume Penjualan

ABSTRACT

This thesis examines the marketing strategy of Dazzle store in increasing sales in Yogyakarta. Along with the development of the times, the business world continues to grow very rapidly. Market conditions and situations can change at any time causing the level of competition in the business world to occur, requiring every marketing actor to be able to carry out marketing activities effectively. Marketers must be able to develop appropriate and efficient marketing concepts in line with company goals and meet consumer needs.

This research was conducted with a qualitative descriptive study approach because the descriptive study research method was appropriate to describe and explain in detail, depth and actuality. Data collection techniques used in this study were through in-depth interviews, field observations, and documentation.

The results of this study are known in its application Dazzle uses several forms of marketing strategies that help increase sales volume, namely the *marketing mix* and *promotion mix*. Dazzle involves the 4 P's marketing mix as one of the strategies used. Dazzle applies all components of the 4 P's marketing mix, namely *product*, *price*, *place* and *promotion*. Dazzle also implemented almost all components of the marketing mix to help increase sales volume.

Keywords: Marketing, Communication Marketing Strategy, Sales Volume