

ABSTRAK

Masudah, NIM 200531100185, Program Studi Ilmu Komunikasi. “Strategi komunikasi Pemasaran Thrift Shop Duatiga.preloved di Kabupaten Bangkalan”. Dosen Pembimbing: Dr. Dewi Quraisyin, S.Pd.I., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan thrift shop duatiga.preloved. dan juga untuk pembahasan mengenai strategi komunikasi pemasaran marketing mix yang terdiri dari 4P yakni *product* (produk), *place* (tempat), *price* (harga), *promotion* (promosi) dan juga *integrated marketing communication (IMC)* Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pemilik toko sebagai informan utama. pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi, Teknik analisis data menggunakan readaksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Menggunakan keabsahan data dengan trigulasi sumber data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa duatiga.preloved menerapkan strategi marketing mix yang efektif. Dari segi produk, mereka menawarkan barang-barang fashion yang berkualitas dengan variasi yang luas. Lokasi toko berada di area strategis, memudahkan akses bagi pelanggan. Strategi harga mereka kompetitif dan terjangkau untuk berbagai kalangan. Dalam hal promosi, mereka aktif menggunakan media sosial untuk membuat dan menyebarluaskan konten serta menawarkan potongan harga menarik setiap bulannya. Dengan strategi komunikasi pemasaran ini, duatiga.preloved berhasil mempertahankan eksistensinya di pasar meskipun menghadapi banyak pesaing.

Kata Kunci : Strategi komunikasi Pemasaran, *Marketing Mix*, *IMC*, Thrift Shop, Bangkalan

ABSTRACT

Masudah, NIM200531100185, Communication Science Study Program. "Strategy Marketing Thrift Shop Duatiga.preloved in Bangkalan Regency". Supervisor: Dr. Dewi Quraisyin, S.Pd.I., M.Si.

This research aims to find out the marketing strategy used by thrift shop duatiga.preloved. and also for the discussion of the marketing mix marketing strategy consisting of 4Ps, namely product, place, price, promotion This research uses a qualitative research method, with the store owner as the main informant. Data collection uses observation, interviews and documentation, Data analysis techniques use data reading, data presentation, and conclusions. Using data validity with data source trigulation.

The results of the study show that duatiga.preloved implements an effective marketing mix strategy. In terms of products, they offer quality fashion items with a wide variety. The location of the store is in a strategic area, making it easy to access for customers. Their pricing strategy is competitive and affordable for a wide range of people. In terms of promotion, they actively use social media to create and disseminate content and offer attractive discounts every month. With this marketing strategy, duatiga.preloved managed to maintain its existence in the market despite facing many competitors.

Keywords: *Marketing communication Strategy, Marketing Mix,IMC, Thrift Shop, Bangkalan*