

ABSTRAK

Ana Khofifa Sari, Peran Influencer Selebgram Dalam Strategi Pemasaran Nikalshop. Dibawah bimbingan Yustina Chrismardani, S.Si.,MM.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan penerapan strategi pemasaran melalui *endorsment* yang dilakukan oleh pelaku usaha NIKALSHOP dalam memasarkan produknya serta menganalisis apa manfaat dan kendala dalam penerapan strategi pemasaran *endorsment* tersebut.

Jenis Penelitian dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data di dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, riset kepustakaan, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data, yaitu triangulasi sumber data.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Dalam melakukan *endorsment* di perlukan survey terlebih dahulu kepada selebgram, (2) Strategi pemasaran 4p mempengaruhi *endorsment* lebih efektif, (3) Manfaat strategi pemasaran menggunakan *endorsment* sangat banyak seperti, meminimalisir biaya, promosi lebih efektif, produk mudah dikenal dsb.

Kata kunci: nikalshop, *Influencer selebgram*, *endorsment*, strategi pemasaran.

ABSTRAK

Ana Khofifa Sari, The Role of Celebrity Influencers in Nikalshop's Marketing Strategy. Under the guidance of Yustina Chrismardani, S.Si., MM.

The purpose of this study is to identify and describe the implementation of marketing strategies through endorsements carried out by NIKALSHOP business actors in marketing their products and analyze what are the benefits and obstacles in implementing the endorsement marketing strategies.

The type of research in this study is qualitative. The data in this study were obtained from two sources, namely primary data and secondary data. Data collection techniques in this study used interviews, observation, library research, and documentation. This study uses triangulation techniques to test the validity of the data, namely triangulation of data sources.

The conclusions of this study are (1) In conducting endorsements, it is necessary to survey the program first, (2) the 4p marketing strategy affects endorsements more effectively, (3) The benefits of marketing strategies using endorsements are numerous, such as minimizing costs, promotions are more effective, product easy to identify etc.

Keywords: nikalshop, celebrity influencer, endorsement, marketing strategy