

BIDIK PASAR GENERASI STRAWBERRY BISNIS SKINCARE DI KOTA JOMBANG

(Strategi Pemasaran Bisnis Skincare pada Segmen Generasi Strawberry)

ABSTRAK

Oleh :

Tahdlyatul Abdah

Dosen Pembimbing :

Chusnul Rofi'ah,S.E,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang strategi pemasaran yang diterapkan di bisnis skincare. Dengan beberapa media sosial dan beberapa cara gaya bahasa promosi yang dilakukan dengan konsisten, maka hasil penelitian ini terdapat beberapa cara promosi yang menarik di media sosial serta pengetahuan baru tentang komponen pendukung pada bauran pemasaran produk skincare, serta ada beberapa hal yang bisa diketahui bahwa ada susunan yang bisa di pelajari dalam strategi penjualan produk skincare. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif fenomenologi. Data yang diperoleh melalui wawancara dengan tujuan mencocokkan data yang sudah di amati sebelumnya.

Kata kunci : Strategi pemasaran, bauran pemasaran, produk skincare

AIM FOR THE BUSINESS STRAWBERRY GENERATION MARKET
SKINCARE IN JOMBANG CITY
(Skincare Business Marketing Strategy in the Strawberry Generation Segment)

ABSTRACT

By :
Tahdlyatul Abdah

Supervisor :
Chusnul Rofi'ah, S.E, M.M

This study aims to find out about the marketing strategy applied in the skincare business. With several social media and several ways of consistent promotional language style, the results of this study show that there are several interesting ways of promotion on social media as well as new knowledge about the supporting components in the marketing mix of skincare products, and there are several things that can be seen that there is a composition that can be learned in the sales strategy of skincare products. The research method used is phenomenological qualitative research. Data obtained through interviews with the aim of matching the data that has been observed previously.

Keywords: Marketing strategy, marketing mix, skincare products