

ABSTRAK

Ade Zafitri Sudiar, 2024. “Strategi *Integrated Marketing Communication* Pada Produk Starcross Di Kota Palopo”. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis syariah fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri Palopo. Pembimbing Edi Indra Setiawan

Penelitian ini membahas tentang Strategi *Integrated Marketing Communication* Pada Produk Starcross Di Kota Palopo Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *Integrated Marketing Communication* Pada Produk Starcross Di Kota Palopo.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, dan menarik kesimpulan dengan keabsahan data melalui teknik triangulasi sumber, teknik dan waktu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa periklanan pada toko starcross menggunakan media sosial sebagai iklan untuk menarik konsumen, untuk berkunjung dan membeli produknya dan menciptakan loyalitas pelanggan, promosi penjualan berdampak pada keuntungan yang diperoleh toko starcross, pemasaran langsung toko starcross dilakukan dengan cara memasarkan produk, mengajak pelanggan, dan menerima kritik dan saran melalui DM instagram, facebook, dan whatsapp, penjualan personal toko starcross dilakukan dengan menggunakan kekuatan rekomendasi pribadi dari rekan maupun orang terdekat atau konsumen itu sendiri dapat meningkatkan kepercayaan calon pembeli atau pelanggan lain, kegiatan hubungan masyarakat pada toko starcross yakni berupa publisitas, menjalin hubungan dengan baik antara pemilik dengan karyawan dengan konsumen.

Kata Kunci : Strategi, *Integrated Marketing Communication*, Produk Starcros