

## ABSTRAK

**Ulfa Nurannisa, 2024, “ Strategi *Integrated Marketing Communication* pada Cafe Sobat Sudut di Kota Belopa”.** Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Di bimbing oleh Burhan Rifuddin, S.E.,M.M.

Skripsi ini membahas tentang Strategi *Integrated Marketing Communication* pada Cafe Sobat Sudut di Kota Belopa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *Integrated Marketing Communication* pada Cafe Sobat Sudut dan untuk mengetahui bagaimana strategi *Integrated Marketing Communication* yang tepat diterapkan pada Cafe Sobat Sudut di Kota Belopa.

Jenis Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, metode yang digunakan penulis adalah wawancara langsung dengan informan. Sumber data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ada satu yaitu data primer, dimana data tersebut adalah data langsung diperoleh dari pemilik usaha.

Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa Strategi *Integrated Marketing Communication* pada Cafe Sobat Sudut di Kota Belopa adalah dengan melakukan Strategi Periklanan, Promosi penjualan, Pemasaran langsung, Acara pengalaman, Penjualan personal, dan Hubungan Masyarakat. Berdasarkan analisis penelitian, penelitian menyimpulkan bahwa Strategi komunikasi pemasaran terintegrasi yang di terapkan pada Cafe Sobat Sudut meliputi, Periklanan, Promosi penjualan, Pemasaran langsung, Acara dan pengalaman, Penjualan personal, dan Hubungan masyarakat. Namun adapun Strategi komunikasi yang tepat diterapkan pada Cafe Sobat Sudut ada lima, yaitu Periklanan, pemasaran langsung, acara pengalaman, penjualan personal dan hubungan masyarakat. Dalam Strategi *Integrated Marketing Communication* yang dilakukan pada Cafe Sobat Sudut sudah mampu dalam meningkatkan penjualannya dikarenakan strategi yang digunakan sangat mendorong pelanggan untuk berkunjung apalagi dengan adanya acara atau event yang dilakukan di Cafe Sobat Sudut.

**Kata kunci:** Strategi, *Integrated Marketing Communication*, Cafe.