

ABSTRAK

Nama : Andra Astari
NPM : 10080011215
Judul : **Marketing Public Relations Hijab Story Bandung dalam Menghadapi persaingan Pasar**
Pembimbing : Dadi Ahmadi, S.Sos., M.I.Kom.
Jumlah Halaman : 129 Halaman (Isi – Lampiran)
Rujukan : 31 Rujukan Buku (dari tahun 1982-2014), dan 4 Rujukan *Online*

Skripsi ini berjudul “**Tanggapan Karyawan Hijab Story Bandung Mengenai Strategi *Marketing Public Relations Hijab Story Bandung dalam Menghadapi Persaingan Pasar***” Sesuai dengan judul tersebut, maka permasalahan yang akan diangkat adalah Bagaimana Tanggapan Karyawan Hijab Story Bandung Mengenai Strategi *Marketing Public Relations Hijab Story Bandung* dalam Menghadapi Persaingan Pasar.

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana *pull strategy, push strategy, dan pass strategy* pada kegiatan pemasaran produk Hijab Story Bandung. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan karyawan Hijab Story Bandung Mengenai *pull strategy, push strategy, dan pass strategy* pada kegiatan pemasaran produk Hijab Story Bandung.

Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang sarat dengan nuansa angka-angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan. Dalam analisis data, metode penelitian kuantitatif memerlukan bantuan statistik. Kesimpulan hasil penelitian pun berupa hasil perhitungan yang bersifat penggambaran atau jalinan variabel. Kesimpulan hasil statistik ini harus ditambah dengan kesimpulan peneliti, yakni apa interpretasi atau penafsiran peneliti terhadap kesimpulan tersebut. Metode Deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana tanggapan karyawan Hijab Story Bandung mengenai *pull strategy, push strategi, dan pass strategy* pada kegiatan pemasaran produk Hijab Story Bandung dalam menghadapi persaingan pasar. Dalam penelitian ini, responden yang dipilih peneliti karyawan Hijab Story Bandung sebanyak 55 orang dengan menggunakan teknik *sampling purposive* sehingga didapatkan sampel berjumlah 40 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Pull Strategy* Hijab Story, di antaranya mengadakan kegiatan potongan harga (*diskon*), pembagian *voucher*, Iklan Spanduk, dan Liputan oleh majalah. *Push Strategy* Hijab Story, di antaranya mendekorasi butik dengan konsep yang nyaman, modern, dan elegan, member, pemberian *gift*, pembagian kalender tahunan. *Pass Strategy* Hijab Story mengadakan kegiatan peduli lingkungan, seperti kegiatan rutin gotong royong bersama, di antaranya rutinitas seluruh karyawan butik Hijab Story untuk membersihkan lingkungan butik dan sekitarnya, pemisahan sampah organik & non organik, banti sosial kepada panti asuhan, dan kerja sama dengan Kosmetik Wardah.

Kata kunci : *Marketing Public Relations, Toko Pakaian Muslim, Strategi*

ABSTRACT

Nama : Andra Astari
NPM : 10080011215
Judul : **Marketing Public Relations Hijab Story Bandung dalam Menghadapi persaingan Pasar**
Pembimbing : Dadi Ahmadi, S.Sos., M.I.Kom.
Jumlah Halaman : 131 Halaman
Rujukan : 31 Rujukan Buku (dari tahun 1982-2014), dan 4 Rujukan Online

This thesis is entitled as "**The employee of Hijab Story Bandung's responses on Marketing Public Relations of Hijab Story Bandung in facing market competition**" In accordance with the title, the issues that will be raised include how's the marketing public relations of Hijab Story Bandung in facing market competition.

The identified problem in this research is how's the employee of Hijab Story Bandung's responses on *pull strategy*, *push strategy*, and *pass strategy* in product marketing activities of Hijab Story Bandung. The purpose of this study was to determine the employee of Hijab Story Bandung's responses on *pull strategy*, *push strategy*, and *pass strategy* in product marketing activities of Hijab Story Bandung. The method used by the authors is a descriptive research method with quantitative approach. The research of descriptive method is loaded with numbers in data collection techniques. In the calculation will be contained by description of data collections and the tangle of variables. The descriptive method is used in this study to examine how's the employee of Hijab Story Bandung's responses on *pull strategy*, *push strategy*, and *pass strategy* in product marketing activities of Hijab Story Bandung. The purpose of this study was to determine the employee of Hijab Story Bandung's responses on *pull strategy*, *push strategy*, and *pass strategy* in product marketing activities of Hijab Story Bandung, researchers selected respondents is the employee of Hijab Story Bandung, amounting to a total of 55 people by using purposive sampling thus obtained amounted to 40 people.

Keywords: Marketing Public Relations, Fashion Hijab, Strategy