

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN

FASHION TRIFITING DI TOKO SOM SNEAKERS

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran para pelaku Usaha Trifiting Barang Bekas SOM Sneakers. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran). Subjek dari penelitian ini adalah para pemilik Outlet SOM Sneakers dan Para Konsumen Yang datang Membeli yang telah memenuhi kriteria pemilihan informan. Lokasi penelitian dilakukan di beberapa cabang SOM Sneakers yang berada di Binjai dan Medan, Sumatera Utara terhitung mulai pada bulan April 2024 sampai dengan Juli 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Metode penelitian dalam skripsi ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan datanya terbagi menjadi dua yaitu secara primer dan sekunder dimana kedua data ini diambil secara langsung dan tidak pada objek yang akan diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Fashion Trifitng di toko SOM Sneakers ini sudah berjalan cukup baik, akan tetapi masih ada beberapa program yang harus lebih diperhatikan dan diperbaiki seperti penerapan pelayanan konsumen dan keterbukaan informasi mengenai *discount* harus sering dipajang di media social dan di media offline yang dimana program tersebut mampu mendorong terwujudnya penjualan yang lebih tinggi lagi dan menciptakan peminat konsumen yang tinggi.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, *Product, Price, Promotion, Place.*