

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan bisnis yang sangat kompetitif, di mana perusahaan perlu meningkatkan kualitas barang dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Pemasaran menjadi kunci keberhasilan bisnis dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk mencapai kepuasan yang memberikan dampak positif bagi perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Urban Republic Store Medan dalam meningkatkan penjualan produk di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini sebanyak tiga orang, yaitu Yolanda Olivia Manulipa, Adrian Asra, dan Gabriel Martua Pasaribu. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Urban Republic Store Medan berlangsung secara efektif, dengan pendekatan terhadap product (produk), price (harga), place (tempat), dan promotion (promosi) yang berhasil mendapatkan respons positif dari pelanggan.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi Pemasaran, Marketing, Meningkatkan Penjualan Produk, Urban Republic Medan*

ABSTRACT

This study is motivated by the highly competitive nature of today's business environment, where companies are required to improve the quality of their products and services to meet customer demands. Marketing is a key factor in business success, focusing on customer needs and desires to achieve satisfaction, which positively impacts the company. The purpose of this research is to analyze the marketing communication strategies implemented by Urban Republic Store Medan to increase product sales in Medan. This study applies the theory of marketing communication using a qualitative approach and descriptive qualitative method. The informants in this research consist of three individuals: Yolanda Olivia Manulipa, Adrian Asra, and Gabriel Martua Pasaribu. Data collection methods include in-depth interviews and documentation, while the data analysis technique used is descriptive qualitative. The findings reveal that the marketing communication strategies adopted by Urban Republic Store Medan are effective, incorporating the elements of product, price, place, and promotion. These strategies have successfully received positive responses from customers and contributed to increased sales.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Marketing, Sales Improvement, Urban Republic Medan*