

ABSTRAK

Nama : Maulida Anjarsari, NIM : 1320310133, Judul : Studi Komparasi Strategi Pemasaran Antara Nazila Collection dan Madani Collection.

Tujuan yang ingin dicapai peneliti adalah Untuk mengetahui strategi pemasaran Nazila Collection dan Madani Collection, serta untuk mengetahui persamaan dan perbedaannya strategi pemasaran keduanya.

Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah dengan jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan pendekatan kualitatif. Sumber data adalah sumber data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, dengan metode analisis kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah *Pertama*, Nazila Collection menggunakan strategi pemasaran terkonsentrasi, yaitu pemasaran yang segmen pasarnya khusus pakaian dewasa wanita. Selain itu Nazila Collection juga menggunakan bauran pemasaran, seperti pada pemilihan produk kualitas standar, harga produk menengah kebawah, promosi melalui media sosial dan promosi langsung dengan pedagang eceran sedangkan distribusinya menggunakan satu saluran distribusi. Pemasaran terkonsentrasi memberikan ciri khas tersendiri pada konsumen maupun pedagang yang mengambil barang dagangannya untuk dijual lagi dan pembayarannya boleh berjangka. *Kedua*, Madani Collection menggunakan strategi pemasaran terkonsentrasi, yaitu pemasaran yang segmen pasar khusus pakaian dewasa wanita, namun seiring berjalannya waktu berubah menjadi strategi pemasaran yang tidak membedakan. Madani Collection juga menggunakan bauran pemasaran seperti pada pemilihan produk kualitas standar, harga produk menengah kebawah, menggunakan promosi langsung pada acara PKK di masyarakat sekitar, dan melalui media sosial adapun distribusinya menggunakan dua saluran distribusi. *Ketiga*, Persamaan dan perbedaan strategi pemasaran Nazila Collection dan Madani Collection : 1) Persamaan: a) Produk yang dijual kualitas standar; b) harga menengah kebawah; c) sama-sama menggunakan bauran promosi; d) sama-sama menggunakan bauran distribusi 2) Perbedaan : a) Nazila Collection menggunakan strategi pemasaran terkonsentrasi, sedangkan Madani Collection menggunakan strategi pemasaran tidak membedakan pasar, sehingga memiliki kelebihan banyak jenis produk; b) Produk yang dipasarkan oleh Nazila Collection adalah pakaian dewasa wanita sedangkan produk Madani Collection adalah pakaian wanita, anak-anak, pakaian Laki-laki serta seprai dan selimut; c) Perbedaannya juga terletak pada Bauran distribusi, bauran yang digunakan Nazila Collection adalah dengan menggunakan satu saluran sedangkan Madani Collection menggunakan dua saluran, distribusi yang dilakukan Nazila Collection tanpa pengelolaan saluran, sedangkan Madani Collection menggunakan saluran distribusi dan mengelola saluran distribusinya.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran.