

## ABSTRAK

Ulin Ni'matul Fitriyah. NIM: 212117 Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Online Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Jihan Hijab).

Penelitian berjudul Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Online Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Jihan Hijab) ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran melalui media online dalam meningkatkan pendapatan, menganalisis kendala strategi pemasaran dan untuk menganalisis solusi Jihan hijab dalam mengatasi kendala strategi pemasaran melalui media online.

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*), merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan kondisi saat ini subyek yang diteliti dengan pendekatan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi data reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran melalui media online dalam meningkatkan pendapatan pada Jihan Hijab Kudus dilakukan melalui tiga tahapan utama yaitu penempatan segmentasi pasar berdasarkan usia remaja, menetapkan pasar sasaran berdasarkan model hijab yang paling banyak *dicomment* dan dipesan serta penempatan produk melalui pengembangan bauran pemasaran melalui promosi dan diskon harga pada hari-hari tertentu. Segmentasi Pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk kedalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Dasar-dasar penetapan segmentasi pasar melalui media online dalam meningkatkan pendapatan Jihan hijab berdasarkan usia. Penempatan produk mencakup kegiatan merumuskan penempatan produk dalam persaingan dan menetapkan bauran pemasaran yang terperinci. Pada hakekatnya Penempatan produk adalah tindakan merancang produk dan bauran pemasaran agar tercipta kesan tertentu diingatan konsumen. Jihan hijab kudus menempatkan produknya sebagai produk hijab yang nyaman dipakai dengan bahan yang berkualitas, namun dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan namun khususnya kalangan remaja.

*Kata Kunci : Strategi pemasaran, Media Online, Pendapatan.*