

## ABSTRAK

**ACHMAD ARIEF HUSEIN, 2013072002, MODEL BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DI DOOMSDAY CLOTHING.** Skripsi, Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial, Humanoria dan Seni, Universitas Sahid, Surakarta, 2019

Bauran komunikasi pemasaran adalah fungsi komunikasi penjualan yang dipilih secara selektif, yang digunakan sebagai bagian kampanye promosi, dimana pada akhirnya menjadi bagian dari program penjualan produk yang ingin dipasarkan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tentang model bauran komunikasi pemasaran dalam mendukung penjualan produk *Doomsday Clothing*. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan yang bersifat kualitatif dengan tempat penelitian di toko *onlineshop Doomsday Clothing* yang beralamat di Jl. Hercules Blok J-1 Kota Madiun. Sumber data dalam penelitian ini adalah pemilik toko dan karyawan dengan strata pendidikan S1. Teknik pengambilan *purposive sampling* yaitu orang yang diseleksi berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang dibuat berdasarkan tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Uji keabsahan data yang dilakukan dengan triangulasi, dan *membercheck*. Analisis data melalui reduksi data, pengumpulan data dan penyajian data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Doomsday menggunakan model bauran komunikasi pemasaran meliputi periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, penjualan pribadi, pemasaran interaktif dan hubungan masyarakat. Analisis SWOT menunjukkan bahwa sebelum mendirikan usaha, pemilik telah memiliki pengalaman, belum banyaknya gerai di madiun, dan selalu mengevaluasi hasil kerja merupakan model yang ditempuh oleh pemilik Doomsday dalam menjalankan usahanya.

Kata kunci: Bauran Komunikasi Pemasaran, *onlineshop, Doomsday Clothing*