

## **Abstrak**

Penelitian ini berjudul “Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Di Hoki Shop Taiwan Untuk Meningkatkan Daya Tarik Pembeli Di Sosial Media“ merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan hoki shop Taiwan untuk meningkatkan daya tarik pembeli di sosial media. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah reduksi data, paparan data dan penarikan kesimpulan. Populasi dan sampel pada penelitian ini merupakan strategi pemasaran yang diterapkan Hoki Shop Taiwan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan Hoki Shop Taiwan telah berhasil dalam meningkatkan daya tarik pembeli di sosial media seperti Facebook, Instagram, dan Tik Tok. Hoki Shop Taiwan menerapkan bauran pemasaran 4p 1) Produk, dalam hal ini hoki shop selalu memperhatikan kualitas barang, melakukan pengecekan ulang sebelum barang dikirimkan ke pelanggan. 2) Harga, harga yang ditawarkan hoki shop Taiwan termasuk murah jika dibandingkan dengan toko pesaingnya. 3) Promosi, hoki shop Taiwan menggunakan sosial media sebagai tempat promosinya seperti Tik Tok, Facebook, Instagram rutin melakukan siaran langsung atau live, hoki shop juga menawarkan banyak paket promo. 4) Tempat atau distribusi, lokasi hoki shop Taiwan yaitu di kota Kaoshiung Taiwan yang memudahkan para TKI (tenaga kerja Indonesia) yang ada di Taiwan dalam pembelian produk Indonesia, pengiriman pesanan juga memakai jasa pengiriman yang terpercaya dan barang akan sampai langsung ke alamat pengiriman

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Sosial Media, Daya Tarik Pembeli

## **Abstract**

This study entitled "Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Di Hoki Shop Taiwan Untuk Meningkatkan Daya Tarik Pembeli Di Sosial Media" is a study that aims to determine the marketing strategies carried out by Hoki Shop Taiwan to increase buyer attractiveness on social media. This research uses descriptive qualitative research with a case study approach. Data collection techniques used are observation, interviews and documentation. Data collection techniques used are data reduction, data exposure and conclusion drawing. Population and sample in this study is a marketing strategy applied by Hoki Shop Taiwan. The results show that the marketing strategy used by Hoki Shop Taiwan has succeeded in increasing the attractiveness of buyers on social media such as Facebook, Instagram, and Tik Tok. Hoki Shop Taiwan implements 4p marketing mix 1) Products, in this case Hockey Shop always pays attention to the quality of the goods, re-checking before the goods are sent to customers. 2) Price, the prices offered by Taiwan hockey shops are cheap when compared to competing shops. 3) Promotion, Taiwan's hockey shop uses social media as a place of promotion such as Tik Tok, Facebook, Instagram routinely broadcasts live or live, the hockey shop also offers many promo packages. 4) Place or distribution, the location of the Taiwan hockey shop is in the city of Kaoshiung, Taiwan which makes it easier for TKI (Indonesian workers) in Taiwan to purchase Indonesian products, delivery of orders also uses a trusted delivery service and goods will arrive directly to the delivery address

Keywords: Marketing Strategy, Social Media, Buyer Attractiveness