

## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pakaian dengan Sistem *Online* dan *Offline* di Toko Clarissa Grosir Fashion Gresik (Studi Komparasi)” ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan (1) Bagaimana strategi pemasaran produk pakaian dengan sistem *online* dan *offline* di Toko Clarissa Grosir Fashion Gresik? (2) Bagaimana perbedaan dan persamaan strategi pemasaran produk pakaian dengan sistem *online* dan *offline* di Toko Clarissa Grosir Fashion Gresik?

Data penelitian ini dihimpun dari hasil observasi, wawancara secara langsung dan tidak langsung dengan pihak Clarissa mengenai strategi pemasaran yang diterapkan dalam mempertahankan usahanya, serta literatur pendukung yang relevan terhadap permasalahan yang peneliti angkat. Selanjutnya dianalisis menggunakan metode deskriptif analisis.

Strategi pemasaran yang dipakai oleh Toko Clarissa adalah memilih produk yang bermutu, harga yang terjangkau, menjaga kualitas barang, pelayanan yang baik, memperhatikan keterampilan karyawan, dan melakukan promosi. Sedangkan, Strategi pemasaran yang dipakai toko *online* Clarissa adalah mengoptimasi *wibsite* toko *online*, memanfaatkan sosial media, komunitas atau forum, blog marketing, pelayanan yang baik, dan melakukan promosi. Terdapat persamaan dan perbedaan strategi pemasaran antara toko *online* Clarissa (sistem *online*) dan toko Clarissa (sistem *offline*), persamaannya adalah melakukan promosi dan memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan dan konsumen baru, sedangkan perbedaannya adalah Sistem *online* yaitu mengoptimasi *wibsite* toko *online*, memanfaatkan sosial media, komunitas atau forum, dan membuat blog marketing. Berbeda dengan Sistem *offline* yaitu dengan memilih produk yang bermutu, harga yang terjangkau, menjaga kualitas barang, dan memperhatikan keterampilan karyawan.

Mengingat betapa pentingnya strategi pemasaran dalam menarik minat konsumen terhadap toko *fashion*, maka saran penulis adalah hendaknya Toko *Fashion* selalu meningkatkan pemasarannya sehingga dapat mencapai target yang lebih, dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan maupun konsumen baru, dengan memberikan perhatian lebih karena suatu usaha akan semakin maju apabila didukung oleh banyaknya konsumen yang membeli produk yang dijualnya, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat akan segala pelayanan yang diberikan dalam membantu tercapainya kepuasan konsumen.