

ABSTRAK

Signature Store adalah pelaku UMKM yang bergerak di bidang fesyen yang berada di Kota Bandung, menjadi *reseller* Vans, Nike Air Jordan, dan beberapa brand lainnya. Akibat dari banyak pesaing yang telah lama berdiri dan juga yang baru bermunculan membuat penjualan dari Signature Store mengalami penurunan.

Untuk mengatasi hal tersebut, strategi pemasaran adalah hal yang tepat untuk dilakukan agar dapat bersaing dengan pesaing lain.

Maka dari itu, tujuan dari penulisan skripsi ini bertujuan untuk menentukan alternatif strategi pemasaran, sehingga penjualan Signature Store semakin meningkat. Penentuan alternatif strategi pemasaran menggunakan dua metode yaitu SWOT dan QSPM. Matriks SWOT digunakan untuk mendapatkan alternatif strategi yang didapatkan dari faktor internal dan eksternal.

Sedangkan QSPM digunakan untuk menentukan alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT. Selain itu, skripsi ini menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), matriks EFE (*External Factor Evaluation*), dan matriks IE (*Internal-External*). Setelah melakukan pengolahan data akan menghasilkan alternatif strategi pemasaran yang telah ditentukan.

Hasil penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi untuk ilmu manajemen pemasaran terkait dengan strategi pemasaran bisnis dan dapat dijadikan bahan untuk meninjau strategi yang telah diterapkan oleh perusahaan sehingga dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi pemasarannya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM, IFE, EFE, IE