

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Kimi Petshop* dan *AA Petshop* serta untuk mengetahui perbedaan dan persamaan strategi pemasaran di kedua *petshop* tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis komparatif. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian komparatif sampel bebas karena membandingkan strategi pemasaran dari *Kimi Petshop* dan *AA Petshop*. Subjek penelitian ini adalah *owner* dari *Kimi Petshop* dan *AA Petshop*. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer dari hasil wawancara dan observasi kepada *owner* kedua *petshop* tersebut dan data sekunder dari dokumentasi serta studi pustaka yang berkaitan dengan objek penelitian. Data akan dianalisa dengan metode deskriptif analisis.

Berdasarkan analisa data yang dilakukan, diperoleh hasil penelitian bahwa strategi pemasaran pada *Kimi Petshop* lebih fokus pada media sosial yang digunakan sebagai konten promosi untuk menarik konsumen. Strategi pemasaran pada *AA Petshop* lebih fokus terhadap pemberian layanan *call home* dan *on call 24 jam* untuk konsultasi pada konsumen. Perbedaan strategi pemasaran antara kedua *petshop* tersebut terletak pada pemilihan pasar sasaran dan strategi daya tarik konsumen. Persamaan strategi pemasaran pada kedua *petshop* tersebut terletak pada program pemasaran dan strategi untuk menaikkan tingkat pembelian konsumen. Peneliti dapat menyimpulkan dari hasil penelitian ini, bahwa *AA Petshop* yang lebih unggul dalam strategi pemasarannya, ditinjau dari cepat tanggapnya *on call 24 jam* terhadap konsumen.

Kata Kunci: komparatif, strategi, pemasaran, *petshop*

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the marketing strategies carried out by Kimi Petshop and AA Petshop as well as to find out the differences and similarities of marketing strategies in the two pet shops. This study uses qualitative research methods using a comparative analysis approach. In this study, a free sample comparative study was used because it compared the marketing strategies of Kimi Petshop and AA Petshop. The subject of this research is the owner of Kimi Petshop and AA Petshop. The data sources used are primary data from interviews and observations to the owners of both pet shops and secondary data from documentation and literature studies related to the object of research. The data will be analyzed using descriptive analysis method.

Based on the data analysis carried out, the results showed that the marketing strategy at Kimi Petshop is more focused on social media which is used as promotional content to attract consumers. The marketing strategy at AA Petshop is more focused on providing call home services and on call 24 hours for consultation to consumers. The difference in marketing strategy between the two pet shops lies in the selection of target markets and the strategy of attracting consumers. The similarity of the marketing strategy in the two pet shops lies in the marketing program and the strategy to increase the level of consumer purchases. Researchers can conclude from the results of this study, that AA Petshop is superior in its marketing strategy, in terms of its responsiveness on 24-hour calls to consumers.

Keywords: comparative, strategy, marketing, pet shops