

ABSTRAKSI

Lady Ancella Siti Zara S. P., Nomor Mahasiswa 152200027, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul **Evaluasi Implementasi strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) (Studi pada Lulu Hijab)**. Dosen Pembimbing Keny Rahmawati.

Penelitian pada Lulu Hijab bertujuan untuk mengetahui implementasi dari strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) Lulu Hijab dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumen untuk menghasilkan data yang kemudian dianalisis melalui tahap *data reduction* dan *data display* untuk menghasilkan kesimpulan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif.

Hasil yang diperoleh berdasarkan tahap *data reduction* dan juga *data display* menunjukkan bahwa Lulu Hijab belum mengimplementasikan beberapa indikator dari *Integrated Marketing Communication* (IMC). Adapun indikator IMC yang telah diimplementasikan oleh Lulu Hijab juga masih belum sesuai dengan karakteristik dari indikator tersebut. Dengan begitu, Lulu Hijab masih memerlukan strategi-strategi yang tepat untuk bisa mengimplementasikan IMC sesuai dengan karakteristiknya agar dapat meningkatkan *brand awareness* dari Lulu Hijab.

Saran untuk implementasi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam meningkatkan *brand awareness* dari Lulu Hijab adalah dengan menggunakan media pengiklanan berbayar, mengadakan promo-promo menarik, mengadakan *event*, memperluas cakupan *stakeholder*, mengaktifkan kembali instagram @lulunewhijab, menimplementasikan *mobile marketing*, memperinci *database* pembeli, dan mengimplementasikan *personal selling* dalam memasarkan produknya. Saran tersebut dapat disesuaikan kembali dengan kondisi internal dan eksternal pada usaha UMKM Lulu Hijab.

Kata Kunci : Strategi IMC, *Integrated Marketing Communication*, UMKM