

## **ABSTRAK**

Industri distro di Yogyakarta kini berkembang pesat, salah satunya adalah Starcross. Saat ini Starcross menjadi market leader distro di Yogyakarta dan mampu bersaing dengan distro lain.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Starcross dalam mempertahankan market leader di Yogyakarta. Selain itu, untuk mengetahui upaya yang dilakukan Starcross dalam meningkatkan penjualan produk mereka. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif untuk menjelaskan data yang diperoleh peneliti. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan cara adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan bauran pemasaran yaitu 4 P ( Product, Price, Place, Promotion ).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis mendapatkan hasil bahwa dalam mempertahankan market leader Starcross melakukan beberapa cara dan melalui berbagai media. Media online menjadi salah satu media yang digunakan Starcross melakukan proses promosi dan penjualan produk. Strategi lainnya ialah dengan meningkatkan kualitas produk, endorsment, membuat event atau menjadi sponsorship event dan pameran distro.

Kata Kunci : Distro, Strategi Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Market Leader.