**ABSTRAK**

**Skripsi ini berjudul “Strategi *Marketing Public Relations Online Shop* Voila Chic di Kota Cilegon”. Penelitian ini dibuat berdasarkan pemikiran bahwa *Online Shop* Voila Chic yang belum lama berdiri memerlukan strategi-strategi yang baik untuk memenangkan persaingan dalam menarik minat konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing public relations* pada *online shop* Voila Chic, mengetahui strategi *Marketing Public Relations* pada Voila Chic untuk memenangkan persaingan di tengah menjamurnya bisnis hijab di *online shop*.**

**Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penulis melakukan pengumpulan data-data dengan wawancara mendalam dengan pihak-pihak terkait, observasi langsung dan juga dengan melakukan studi pustaka.**

**Hasil penelitian ini menunjukan bahwa *Public Relations Online Shop* didorong untuk melakukan promosi di media sosial instagram, Public Relations online shop harus mengetahui bagaimana caranya untuk menarik konsumen seingga mereka membeli produk yang dijual. Kegiatan promosi dan iklan juga dilakukan untuk meberi informasi tentang keberadaan seputar produk dan meningkatkan penjualan. Untuk memasuki dunia pemasaran, online shop Voila Chic melakukan beberapa cara seperti Endorse atau Paid promote ke selebgram, memang biaya tersebut tidaklah murah tetapi cara tersebut sangkat efektif untuk penjualan seputar produk agar menarik followers lebih banyak dan membuat produk yang dijual semakin eksis.**

**Kesimpulan dari penelitian ini, konsistensi dan persistent adalah kata yang tepat dalam memasarkan sebuah produk hijab*.* Voila Chic selalu ingin meningkatkan pelayanan dan kenyamanan terhadap pelayanannya, sehingga konsumen betah dan selalu nyaman untuk berbelanja *online* di Voila Chic. Untuk menarik konsumen , Voila Chic menawarkan harga yang sangat *affordable* dengan kualitas bahan terbaik, sehingga dapat mempertahankan loyalitas pelanggan Voila Chic.**

**ABSTRACT**

**This thesis entitled "Public Relations Marketing Strategy Online Shop Voila Chic in Cilegon City". This research is based on the notion that the recently established Voila Chic Online Shop requires good strategies to win the competition in attracting consumers. This study aims to find out public relations marketing strategy in Voila Chic online shop, knowing Marketing Public Relations strategy on Voila Chic to win the competition amid the proliferation of hijab business in online shop.**

**The method used is qualitative research method. The author conducted data collection with in-depth interviews with stakeholders, direct observation and also by conducting literature study.**

**The results of this study show that Public Relations Online Shop encouraged to do promotion in social media “instagram”, Public Relations online shop must know how to attract consumers so they buy products sold. Promotional and advertising activities are also conducted to provide information about the existence of the product and increase sales. To enter the world of marketing, Voila Chic online shop to do some ways such as Endorse or Paid promote to the program, it is not cheap but it is effective for the sale of the product to attract more followers and make products sold more and more exist.**

**The conclusion of this study, consistency and persistent is the right word in marketing a hijab product. Voila Chic always wants to improve service and comfort to its service, so that consumers feel at home and always comfortable to shop online at Voila Chic. To attract consumers, Voila Chic offers a very affordable price with the best quality materials, so as to maintain the loyalty of Voila Chic customers.**

**RINGKESAN**

**Ieu skripsi dijudulan "Public Hubungan Stratégi Marketing Online Shop Voila Srimanganti di Cilegon". Ulikan ieu dumasar kana premis yén Voila Srimanganti Online Shop nu anyar diadegkeun butuh strategi alus meunang kompetisi dina suku konsumen. Ulikan ieu boga tujuan pikeun nangtukeun strategi marketing hubungan umum di warung online Voila Srimanganti, nyaho strategi Marketing Hubungan Public di Voila Srimanganti meunang kompetisi dina mushrooming bisnis di warung hijab online.**

**Metodeu dipaké nyaéta métode panalungtikan kualitatif. Panulis ngumpulkeun data kalawan ngawawancara dina-jero kalayan pihak relevan, sarta ogé mibanda observasi langsung ka diajar sastra.**

**Hasil ieu nunjukkeun yén Hubungan Publik Online Shop didorong keur ngalaksanakeun kampanye di Instagram média sosial, Hubungan Public warung online kudu nyaho kumaha carana narik pamakéna seingga aranjeunna meuli produk nu keur dijual. kagiatan promosi jeung iklan nu ogé dilakukeun, méré informasi ngeunaan ayana produk jeung nambahanana jualan. Ngasupkeun dunya pamasaran, warung online Voila Srimanganti nedunan sababaraha cara endorsed atawa mayar ngamajukeun mun selebgram, memang biaya teu mirah tapi sangkat cara mujarab pikeun jualan sabudeureun produk dina raraga narik leuwih pengikut na nyieun produk nu dijual beuki euweuh.**

**Kacindekan ulikan ieu, konsisten tur pengkuh téh kecap katuhu dina pamasaran a hijab produk. Voila Srimanganti sok hayang ningkatkeun layanan sarta kanyamanan ka layanan na, supaya konsumen ngarasa betah jeung salawasna merenah pikeun balanja online di Srimanganti Voila. Pikeun mikat pamakéna, Voila Srimanganti nawarkeun harga pisan affordable kalayan bahan kualitas pangalusna, ku kituna pikeun mulasara kasatiaan customer Voila Srimanganti.**