

ABSTRAK

M FARID ALGIFFARI. 2023. Strategi Pemasaran Pasar Payungi Dalam Membangun Image Sebagai Pasar Kreatif Di Kota Metro. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (i) H. Suwanto, S.E., M.M. dan Pembimbing (ii) Nani Septiana, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh pasar payungi dalam membangun image sebagai pasar kreatif di Kota Metro apakah sama dengan penelitian sebelumnya atau tidak.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, penciptaan *image* pasar payungi sebagai pasar kreatif di kota Metro ditentukan oleh strategi pemasaran serta tata cara dalam membangun image positif di tengah masyarakat, strategi pemasaran yang dilakukan oleh pasar payungi hampir keseluruhannya melalui sosial media, hubungan dengan masyarakat, *Sales Promotion*, *Event* dan *Experience* serta *Direct Selling* atau penjualan secara langsung, hal ini tentu didukung dengan karakter dari pasar payungi dan juga hal-hal yang menarik yang dapat ditonjolkan di pasar payungi dengan begitu pasar payungi dapat dikatakan sebagai pasar Kreatif di Kota Metro.

Kata Kunci : Strategi Membangun Image