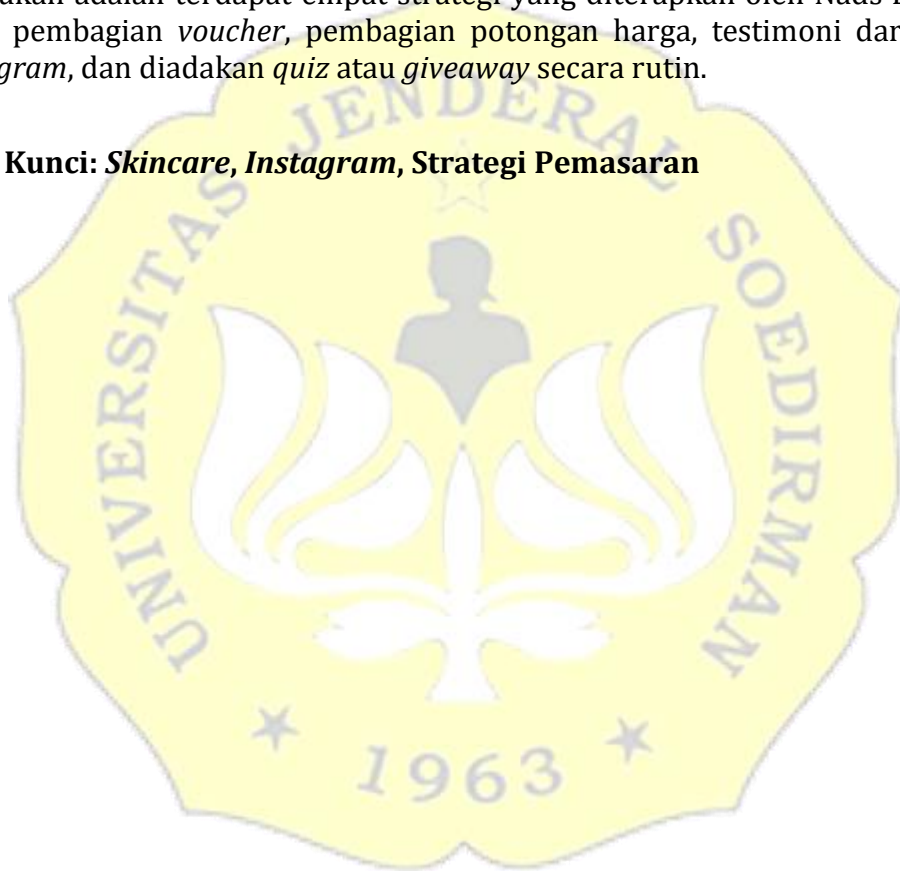


ABSTRAK

Online shop Nads Beauty merupakan sebuah bisnis secara *online* yang terletak di Kota Pekalongan Provinsi Jawa Tengah dan bergerak di bidang produk kecantikan wajah. Fokus Nads Beauty adalah memberikan informasi yang bermanfaat kepada semua pelanggannya. Lalu, Nads Beauty di dalam memasarkan produknya hanya menggunakan media sosial *instagram* saja untuk membagikan beberapa postingan entah itu melalui *feeds* atau *story instagram @nadsbeauty*. Penelitian ini berusaha untuk mencari tahu tentang strategi apa yang digunakan oleh Nads Beauty dalam kegiatan pemasarannya untuk menaikkan minat beli konsumen. Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan adalah terdapat empat strategi yang diterapkan oleh Nads Beauty yaitu pembagian *voucher*, pembagian potongan harga, testimoni dari para *selebgram*, dan diadakan *quiz* atau *giveaway* secara rutin.

Kata Kunci: *Skincare, Instagram, Strategi Pemasaran*



ABSTRACT

Online shop is an online located in Pekalongan City, Central Java Province and is engaged in facial beauty products. Nads Beauty's focus is on providing useful information to all of its customers. Then, in marketing their products, Nads Beauty only uses Instagram to share some posts, either through feeds or stories instagram @nadsbeauty. This study seeks to find out what strategies are used by Nads Beauty in its marketing activities to increase consumer buying interest. The results of the research that has been done are that there are four strategies implemented by Nads Beauty, namely distribution of vouchers, distribution of discounts, testimonials from celebrities, and quizzes or giveaways regular.

Keywords: *Skincare, Instagram, Marketing Strategy*

