

ABSTRAK

Gocean Export adalah Salah satu perusahaan rintisan (*startup*) yang mencoba memanfaatkan potensi lautan di Indonesia, *Gocean Export* sebuah startup yang bergerak dalam bidang ekspor produk-produk laut Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi implementasi strategi pemasaran internasional pada *Gocean Export*, perusahaan yang bergerak di bidang ekspor hasil laut, dengan fokus pada penerapan bauran pemasaran dan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar internasional. Bauran pemasaran, yang terdiri dari 4p produk, harga, tempat, dan promosi, menjadi elemen penting dalam mendukung strategi internasional perusahaan. Peneliti ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan data yang diperoleh melalui wawancara dengan internal dan eksternal perusahaan.

Kata Kunci: strategi pemasaran internasional, bauran pemasaran, keputusan pembelian