

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Gerai Nuansa Cell Dan Nazil Cell Tulungagung” ini ditulis oleh Bayu Cahyono, NIM. 17402153550, pembimbing Dr. Agus Eko Sujianto, MM.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya gerai handphone yang ada di Tulungagung terutama gerai Nuansa Cell dan Nazil Cell yang menjual berbagai kebutuhan handphone. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan gerai dalam meningkatkan penjualan pada gerai. Tujuan penelitian ini yaitu: (1) Untuk mendeskripsikan strategi dalam merumuskan bauran pemasaran pada gerai Nuansa cell dan Nazil cell Tulungagung. (2) Untuk mendeskripsikan penerapan strategi bauran pemasaran pada Gerai Nuansa cell dan Nazil cell Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Sumber data peneliti ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan data observasi, interview, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, verifikasi atau penyimpulan. Tahap-tahap penelitian meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap analisis data, dan tahap pelaporan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi bauran pemasaran meningkatkan penjualan pada gerai Nuansa Cell dan Nazil Cell dengan menerapkan bauran pemasaran 7P, yaitu strategi produk (*product*), strategi harga (*price*), strategi tempat (*place*), strategi promosi (*promotion*), strategi orang (*people*), strategi proses (*process*), strategi bukti fisik (*physical advencise*). (2) Dalam penerapan pemasaran yang dilakukan gerai Nuansa Cell dan Nazil Cell sesuai dengan penerapan pada bauran pemasaran 7P dengan tepat dan sesuai.

Kata kunci : *Bauran Pemasaran, Meningkatkan Penjualan*

ABSTRACT

The thesis entitled "Analysis of the Marketing Mix Strategy to Increase Sales in Nuansa Cell and Nazil Cell Outlets Tulungagung" was written by Bayu Cahyono, NIM. 17402153550, advisor Dr. Agus Eko Sujianto, MM.

This research is motivated by the number of mobile phone outlets in Tulungagung, especially the Nuansa Cell and Nazil Cell outlets that sell various mobile needs. The marketing mix strategy adopted by the outlets in increasing sales at the outlets. The purposes of this research are: (1) To describe the strategy in formulating the marketing mix at the Nuansa cell and Nazil cell outlets Tulungagung. (2) To describe the application of the marketing mix strategy to the Nuansa cell and Nazil cell outlets Tulungagung.

This research uses a descriptive qualitative approach. The data sources of this research are primary data and secondary data. The data collection method uses observation, interview, and documentation data. Data analysis techniques include data reduction, data presentation, verification or inference. The research stages include the preparation stage, the implementation stage, the data analysis stage, and the reporting stage.

Based on the results of the research showed that (1) the marketing mix strategy to increase sales at Nuansa Cell and Nazil Cell outlets by applying the 7P marketing mix, namely product strategy, price strategy, place strategy, promotion strategy, people strategy, process strategy, physical evidence strategy. (2) In applying the marketing conducted by Nuansa Cell and Nazil Cell outlets in accordance with the application of the 7P marketing mix precisely and appropriately.

Keywords: *Marketing Mix, Increasing Sales*