

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence*, dan *Process* Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Jesse Factory Tulungagung” ini ditulis oleh Nurwulan Oktaviani, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, NIM 17402163025, pembimbing Dr. Hj. Nur Aini Latifah.,SE.,MM

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya bisnis yang menjual produk yang sama khususnya dalam bidang fashion dan kecantikan, seperti di Toko Jesse Factory Tulungagung. Banyaknya pesaing membuat Toko Jesse Factory Tulungagung harus mampu bertahan dan berusaha untuk menyesuaikan diri melalui inovasi-inovasi untuk mengatasi persaingan dan meningkatkan omset penjualan pada bisnisnya. Untuk mencapai target dalam bisnisnya tersebut, Toko Jesse Factory Tulungagung menggunakan strategi bauran pemasaran 7P yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang/karyawan, bukti fisik, dan proses.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: (1) Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence*, dan *Process* Dalam Meningkatkan Omset Penjualan yang dilakukan pada Toko Jesse Factory Tulungagung, (2) Bagaimanakah kendala dan solusi dalam penerapan strategi bauran pemasaran *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence*, dan *Process* yang dilakukan Toko Jesse Factory Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian studi kasus yaitu dengan meneliti langsung objek penelitian. Adapun data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diambil dan diolah sendiri oleh peneliti secara langsung dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau suatu organisasi melalui objeknya, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, dan artikel ilmiah. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah Toko Jesse Factory Tulungagung selalu menyediakan produk yang berkualitas dan memiliki harga yang terjangkau oleh semua kalangan. Dalam mempromosikan produknya, menggunakan media online seperti instagram, youtube, shopee dan juga melalui tiktok. Toko Jesse Factory Tulungagung juga selalu mengutamakan kepuasan dan kenyamanan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik dan tempat yang nyaman serta mudah dijangkau oleh konsumen. Di setiap storenya selalu tersedia tempat parkir yang luas dan AC yang dapat menambah kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Display barang yang ada juga rapi sehingga memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk yang dibutuhkannya.

**Kata Kunci:** Bauran Pemasaran, Strategi, Omset Penjualan

## ABSTRACT

This thesis with the title "Marketing Mix Strategies *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, and Process* in Increasing Sales Turnover at Jesse Factory Tulungagung Stores". This research was written by Nurwulan Oktaviani, Departmen of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business of islamic, Institut For Islam Studies Tulungagung, NIM 17402163025, guided by Dr. Hj. Nur Aini Latifah., SE., MM

This research is motivated by the many businesses that sell the same products especially in the fashion and beauty fields, such as at Jesse Factory Tulungagung. The many of competitors makes Jesse Factory Tulungagung Stores must be able to survive and strive to adapt through innovations to overcome competition and increase sales turnover in its business. To achieve the target in its business, Jesse Factory Tulungagung Shop uses a 7P marketing mix strategy that includes product, price, place, promotion, people, physical evidence, and proses.

The research focus in this thesis is: (1) How to implement the marketing mix strategy *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, and Process* in increasing the sales turnover carried out at the Jesse Factory Tulungagung store, (2) What are the constraints and solutions in implementing the marketing mix strategy *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, and Process* carried out by Jesse Factory Tulungagung Store.

This research uses qualitative research methods with a descriptive approach. This type of research is a case study research by directly examining the object of research. The data used are primary and secondary data. Primary data is collected and processed by researchers themselves and is directly collected by individuals or an organization through its objects, while secondary data is obtained from journals, books and scientific articles. Data collection techniques by observation, interviews and documentation. Data analysis techniques using data reduction, data presentation drawing conclusions.

The result of this research is that Jesse Factory Tulungagung Stores always provide quality products and prices that are affordable to all people. In promoting its products, using online media such as Instagram, YouTube, Shopie and also via TikTok. Toko Jesse Factory Tulungagung always prioritizes customer satisfaction and comfort by providing good service and a comfortable place that is easily accessible to consumers. In each store, there is always a large parking area and AC that can add to the convenience of consumers in shopping. The display of existing goods is also neat, making it easier for consumers to get the products they need.

**Keywords:** Marketing Mix, Strategy, Sales Turnover