

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Konveksi Purnama Vima dalam Meningkatkan Kualitas Produk di Desa Padangan Ngantru Tulungagung” ini ditulis oleh Memiliani Ismana Putri, NIM. 12402173348, pembimbing Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan usaha antara pelaku usaha, maka setiap perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan manajemen pemasarannya. Setiap perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk membuat usahanya tetap bertahan ditengah ketatannya persaingan. Fokus penelitian ini yaitu 1) Faktor yang menghambat strategi pemasaran Konveksi Purnama Vima dalam meningkatkan kualitas produk di Desa Padangan Ngantru Tulungagung? 2) Faktor yang mendukung strategi pemasaran Konveksi Purnama vima dalam meningkatkan kualitas produk di Desa Padangan Ngantru Tulungagung? 3) Bagaimana strategi pemasaran Konveksi Purnama Vima dalam meningkatkan kualitas produk di Desa Padangan Ngantru Tulungagung?.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, sumber data yang diperoleh dari informasi, situasi lokasi, dan berkasberkas dokumentasi. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Faktor penghambat yang menyebabkan perusahaan kurang optimal yakni persaingan yang ketat antara pesaing satu dengan yang lainnya. 2) Faktor pendukung yang paling dominan yakni mengedepankan kualitas produk. Faktor dengan memperhatikan kualitas produk akan menjadi daya tarik konsumen, dan menjadi kepercayaan konsumen. 3) Strategi pemasaran yang diterapkan Konveksi Purnama Vima dalam meningkatkan kualitas produknya adalah menggunakan strategi pemasaran 4P yaitu meliputi produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Dampak yang ditimbulkan dari penerapan strategi pemasaran yang dilakukan Konveksi Purnama Vima, membuat usaha ini semakin berkembang dan memiliki banyak pelanggan yang setia dengan produknya. Karena Konveksi Purnama Vima memberikan produk dengan kualitas yang bagus.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Kualitas Produk

ABSTRACT

Thesis with the title “Purnama Vima’s Convection Marketing Strategy in Improving Product Quality in Padangan Ngantru Village, Tulungagung” is written by Memiliani Ismana Putri, Register Number 12402173348, advised by Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is motivated by the increasingly fierce business competition between business actors, so every company is required to pay more attention to its marketing management. Every company must have the right marketing strategy to keep its business afloat in the midst of intense competition. The focus of this research is 1) What factors hinder Purnama Vima’s convection marketing strategy in improving product quality in Padangan Village Ngantru Tulungagung? 2) What factors support Purnama Vima’s convection marketing strategy in improving product quality in Padangan Village Ngantru Tulungagung? 3) How is Purnama Vima’s convection marketing strategy in improving product quality in Padangan Village Ngantru Tulungagung?

This research uses qualitative research with a case study approach, data sources obtained from information, location situations, and documentation files. Data collection techniques with interviews, observation, and documentation.

The results of this research are: 1) The hinder factor that causes the company to be less than optimal is the intense competition between competitors. 2) The most dominant supporting factor is promoting product quality. Factors by paying attention to product quality will become consumer attraction, and become consumer confidence. 3) the marketing strategy applied by Purnama Vima’s convection in improving quality of its products is to use a 4P marketing strategy which includes (product), (price), (place), and (promotion). The impact of the implementation of the marketing strategy carried out by Purnama Vima’s convection, has made this business grow and have many loyal customers with its products, because Purnama Vima’s convection provides products with good quality.

Keywords: Marketing Strategy, Product Quality