

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Menggunakan Grabfood Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Geprek Cinta Desa Jepun Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Muhammad Taufiqurrachman dengan NIM 12402183221, Pembimbing Dr. Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya usaha warung yang ada di Kabupaten Tulungagung sehingga menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi menciptakan strategi usaha yang digunakan untuk menarik minat calon konsumen agar usahanya dapat terus berkembang sekaligus mampu bersaing dipasaran.

Strategi pemasaran yang diterapkan pada Warung Geprek Cinta adalah menggunakan promosi atau pengiklanan secara online dan offline yaitu menggunakan social media seperti grabfood, facebook dan whatsapp serta pemasangan banner, metode mulut ke mulut. Selain itu juga memberikan harga yang terjangkau, tempat yang strategis dan rasa yang berkualitas. Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran dengan menggunakan aplikasi grabfood dapat meningkatkan volume penjualan Geprek Cinta? (2) Apa faktor pendukung dan penghambat dalam menggunakan grabfood sebagai media promosi? Sedangkan tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui apakah strategi pemasaran menggunakan aplikasi grabfood dapat meningkatkan volume penjualan Geprek Cinta (2) Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam menggunakan grabfood sebagai media promosi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Sumber data yang di peroleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah: (1) Promosi atau pengiklanan yang dilakukan oleh Warung Geprek Cinta yaitu dengan menggunakan media sosial seperti grabfood, facebook dan whatsapp serta menggunakan promosi dengan banner dan metode mulut ke mulut. Terdapat harga yang murah dan juga terjangkau. Tempat strategis. produk makanan pada Warung Geprek Cinta mempunyai beberapa pilihan menu dan mengutamakan kualitas rasa. (2) faktor pendukung dalam proses pemasaran menggunakan grabfood adalah gaya hidup smartphone dan cuaca. Faktor penghambat adalah jaringan internet, kurang menarik dalam melakukan iklan atau promosi dan terdapat aplikasi yang serupa dengan aplikasi grabfood.

Kata kunci: Strategi pemasaran, Grabfood.

## **ABSTRACT**

Thesis with the title "Marketing Strategy Using Grabfood to Increase Sales Volume at Geprek Cinta Jepun Village, Tulungagung Regency" was written by Muhammad Taufiqurrachman with NIM 12402183221, Advisor Dr. Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

This research is motivated by the increasing number of stall businesses in Tulungagung Regency so that it requires business actors to continue to innovate in creating business strategies that are used to attract potential consumers so that their businesses can continue to grow while being able to compete in the market.

The marketing strategy applied to Warung Geprek Cinta is to use online and offline promotions or advertising, namely using social media such as grabfood, facebook and whatsapp as well as banner installation, word of mouth method. Besides that, it also provides affordable prices, strategic places and quality flavors. The focus of this research is (1) How can a marketing strategy using the grabfood application increase the sales volume of Geprek Cinta? (2) What are the supporting and inhibiting factors in using grabfood as a promotional medium? While the objectives of this study are (1) to find out whether the marketing strategy using the grabfood application can increase the sales volume of Geprek Cinta (2) to find out the supporting and inhibiting factors in using grabfood as a promotional medium.

This study uses a descriptive type of qualitative approach. Sources of data obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques with interviews, observation and documentation. The data analysis technique uses data condensation, data presentation and conclusion drawing.

The results of this study are: (1) Promotion or advertising carried out by Warung Geprek Cinta by using social media such as grabfood, facebook and whatsapp as well as using promotions with banners and word of mouth method. There are cheap and affordable prices. Strategic place. Food products at Warung Geprek Cinta have several menu options and prioritize taste quality. (2) the supporting factors in the marketing process using grabfood are smartphone lifestyle and weather. The inhibiting factor is the internet network, it is less attractive in doing advertisements or promotions and there are applications that are similar to the Grabfood application.

Keywords: Marketing strategy, Grabfood.