

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Kerupuk Rejo Desa Tanjungsari Tulungagung” ini ditulis oleh Seta Arum Puspita, NIM 12405193104, dengan dosen pembimbing Dr. Deni Yudiantoro, MM.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin berkembangnya usaha menengah kecil yang menyebabkan persaingan semakin ketat. Hal tersebut juga berdampak pada penurunan kepuasan konsumen perusahaan Kerupuk Rejo. Selain itu perkembangan teknologi internet yang pesat juga mengakibatkan pemilik usaha harus bisa mengatur strategi agar bisa mempertahankan bisnisnya. Kelayalitan konsumen dan kepuasan konsumen harus diutamakan karena untuk mendongkrak kelancaran produk. Persaingan tidaklah lepas dari dunia bisnis, khususnya dalam usaha sejenis, hal tersebut bertujuan untuk meraih pangsa pasar untuk memperoleh keuntungan. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk yang berkualitas.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu (1) Bagaimana strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen pada perusahaan Kerupuk Rejo Desa Tanjungsari?, (2) Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi pemasaran pada Perusahaan Kerupuk Rejo Desa Tanjungsari?

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Serta menggunakan Teknik analisis data dan pengecekan keabsahan temuan.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan Kerupuk Rejo yaitu dengan menggunakan *marketing mix* 7p, diantaranya produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical devidence*). 2. Faktor pendukung perusahaan ini konsumen aktif yang semakin meningkat, sedangkan faktor penghambatnya yaitu dari kenaikan harga bahan baku dan faktor cuaca.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Kepuasan Konsumen, Kerupuk Rejo*

ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing Strategy in Efforts to Increase Consumer Satisfaction at the Rejo Crackers Company in Tanjungsari Tulungagung Village" was written by Seta Arum Puspita, NIM 12405193104, with supervisor Dr. Deni Yudiantoro, MM.

This research is motivated by the growing development of small and medium enterprises which causes increasingly fierce competition. This also had an impact on decreasing customer satisfaction at the Kerupuk Rejo company. In addition, the rapid development of internet technology has also resulted in business owners having to be able to set a strategy in order to maintain their business. Consumer loyalty and consumer satisfaction must be prioritized because to boost the smoothness of the product. Competition cannot be separated from the business world, especially in similar businesses, it aims to gain market share to gain profit. The main key to win the competition is to provide value and satisfaction to consumers through the delivery of quality products.

The focus of research in this thesis is (1) How is the marketing strategy in an effort to increase customer satisfaction at the Rejo Crackers Company in Tanjungsari Village?, (2) What are the supporting and inhibiting factors in implementing the marketing strategy at the Rejo Crackers Company in Tanjungsari Village?

This study uses a qualitative research approach with a descriptive type. Sources of data used are primary data and secondary data. Data collection techniques through interviews, observation, and documentation. As well as using data analysis techniques and checking the validity of the findings.

The results of this study are as follows: (1) The marketing strategy carried out by the Kerupuk Rejo company is by using the 7p marketing mix, including product, price, place, promotion, people, process (process), and physical evidence (physical dividends). 2. The supporting factors for this company are increasing active consumers, while the inhibiting factors are rising raw material prices and weather factors.

Keywords: *Marketing Strategy, consumer satisfaction, Rejo Crackers*