

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan Manajemen Kualitas Produk dan Strategi *Word of Mouth* dalam Meningkatkan Penjualan pada Raos Kopi Tulungagung” Ini ditulis oleh Indah Nur Safitri, NIM 12405183101, pembimbing Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I.

Strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan atau bisnis punya peranan penting karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi suatu perusahaan, baik itu harga barang ataupun jasa. Dalam hal ini, pemasaran menjadi salah satu bagian penting yang menghubungkan antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Dari tingginya penikmat kopi di Tulungagung, Raos Kopi hadir dengan memproduksi berbagai varian kopi, yaitu jenis kopi arabika yang mengikuti *trend*, serta mampu mengedukasi masyarakat Tulungagung bahwa kopi tidak hanya jenis robusta saja, namun ada jenis arabika yang nikmat saat diseduh dengan harga yang murah dan semua masyarakat bisa menikmatinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi-strategi dalam meningkatkan penjualan melalui kualitas produk dan pemasaran secara *word of mouth* atau promosi gratis mulut ke mulut konsumen Raos Kopi Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian terapan (*applied research*) dimana pengumpulan datanya dilakukan dengan cara wawancara dan observasi sehingga mampu menggali lebih dalam terkait UMKM ini. Fokus penelitian ini adalah seberapa jauh pengaplikasian strategi *word of mouth* dan manajemen kualitas produk guna meningkatkan omset penjualan Raos Kopi Tulungagung. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah kunci utama dalam berbisnis terletak pada pemasaran dan kualitas produk, sistem pemasaran *Word of Mouth* yang diterapkan oleh Raos Kopi sudah sukses menarik minat pembeli untuk berlangganan, serta pertahanan kualitas kopi di Raos Kopi terbukti bahwa mengangkat brand Raos Kopi.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Pemasaran, Produksi, Kopi, Brand, Word of Mouth.*

ABSTRAC

Thesis with the title "Implementation of Product Quality Management and Word of Mouth Strategy in Increasing Sales at Tulungagung Coffee Raos" was written by Indah Nur Safitri, NIM 12405183101, supervisor Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I.

Marketing strategy in a company or business has an important role because it serves to determine the economic value of a company, be it the price of goods or services. In this case, marketing is an important part that connects production and consumption activities.

From the high number of coffee connoisseurs in Tulungagung, Raos Kopi is here to produce various coffee variants, namely the Arabica coffee type that follows the trend, and is able to educate the Tulungagung community that coffee is not only robusta, but there are Arabica types that are delicious when brewed at a low price and all people can enjoy it.

This study aims to determine strategies in increasing sales through product quality and word of mouth marketing or free word of mouth promotion of Raos Kopi Tulungagung consumers.

This study uses a qualitative method with the type of applied research (applied research) where the data collection is done by means of interviews and observations so as to be able to dig deeper related to this MSME. The object of this research is Raos Kopi who has experience in producing coffee for approximately 4 years in Tulungagung. The focus of this research is how far the application of word of mouth strategy and product quality management to increase sales turnover of Raos Kopi Tulungagung. The results obtained in this study are that the main key in doing business lies in marketing and product quality, the Word of Mouth marketing system implemented by Raos Kopi has succeeded in attracting buyers to subscribe, and the defense of coffee quality at Raos Kopi has proven that it elevates the Raos Kopi brand.

Keyword: Product Quality, Marketing, Production, Coffee, Brand, Word of Mouth.