

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Jasa Usaha *Wedding Equipment* Pramedia Audio Trenggalek Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan" ini ditulis oleh Indra Kurnia Saputra, NIM 12402193346, pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kemajuan zaman, gaya hidup, terkhusus pada bidang pelayanan pesta pernikahan yang dimana moment tersebut ingin di kemas secara sederhana dan terkesan mewah, serta adanya loyalitas pelanggan yang membuat produk atau jasa dibidang tersebut dapat meningkatkan penjualan secara cepat. Dengan banyaknya permintaan tersebut, pelaku usaha di bidang pernikahan harus dapat mengatur strategi agar produk dan jasa yang di tawarkan bisa di butuhkan oleh konsumen. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi bauran pemasaran pada Pramedia Audio Trenggalek. 2) Bagaimana dampak dari penerapan strategi bauran pemasaran dan loyalitas pelanggan Pramedia Audio Trenggalek.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data berasal dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan pada objek penelitian yaitu Pramedia Audio Trenggalek. Data yang terkumpul akan dianalisis dengan melakukan kondensasi data dan penyajian data sehingga bisa ditarik sebuah kesimpulan. Dalam mengecek keabsahan temuan, peneliti menggunakan teknik triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi waktu dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi bauran pemasaran 4P yang dilakukan Pramedia Audio yaitu dengan menyediakan produk dan jasa lebih lengkap untuk menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen agar konsumen melakukan pembelian ulang, menerapkan sistem harga paket untuk mempermudah konsumen, melakukan promosi dengan media sosial untuk menjangkau konsumen lebih banyak dan tempat yang strategis akan mendorong konsumen meningkatkan loyalitasnya. 2) Dampak dari penerapan strategi bauran pemasaran yaitu meningkatnya loyalitas pelanggan dengan cara ikut merekomendasikan, membeli berulang, membeli semua lini produk dan menolak tawaran dari pelaku usaha lain yang sama, sehingga loyalitas juga dapat meningkatkan penjualan atau omzet yang didapatkan. Dampak lainnya terkait dengan biaya operasional yang mahal karena produk selalu mengalami perubahan trend yang berlaku, namun dengan adanya sistem harga paket, penjualan semua produk bisa terus meningkat.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Loyalitas Pelanggan**

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled "Marketing Strategy for Pramedia Audio Trenggalek Wedding Equipment Business Services in Increasing Customer Loyalty" was written by Indra Kurnia Saputra, NIM 12402193346, supervisor of Dr. Muhammad Aswad, M.A.*

*The background of this research is the progress of the times, lifestyle, especially in the field of wedding party services where the moment is to be packaged simply and looks luxurious, as well as the existence of customer loyalty that makes products or services in this field able to increase sales quickly. With so many requests, businesses in the wedding sector must be able to strategize so that the products and services offered can be needed by consumers. The formulation of the problem in this study is 1) What is the marketing mix strategy at Pramedia Audio Trenggalek. 2) What is the impact of implementing Pramedia Audio Trenggalek's marketing mix strategy and customer loyalty.*

*The research method used is a qualitative approach. Data collection techniques derived from the results of interviews, observations and documentation carried out on the research object, namely Pramedia Audio Trenggalek. The collected data will be analyzed by condensing the data and presenting the data so that a conclusion can be drawn. In checking the validity of the findings, researchers used triangulation techniques, namely source triangulation, time triangulation and technical triangulation.*

*The results of this study indicate that: 1) The 4P marketing mix strategy carried out by Pramedia Audio is by providing more complete products and services to suit consumer needs so that consumers make repeat purchases, implementing a package price system to make it easier for consumers, conducting promotions with social media to reach more consumers and a strategic place will encourage consumers to increase their loyalty. 2) The impact of implementing the marketing mix strategy is increasing customer loyalty by participating in recommending, buying repeatedly, buying all product lines and rejecting offers from other the same business actors, so that loyalty can also increase sales or turnover obtained. Another impact is related to expensive operational costs because products are always changing in prevailing trends, but with the package price system, sales of all products can continue to increase.*

**Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Customer Loyalty**