

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Rumah Makan "Depot Titin Khas Trenggalek" Cabang Minggiran Kabupaten Kediri) ini ditulis oleh Nadila Mukhibatul Ngabidah, NIM. 126402202131, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dibimbing oleh Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh usaha Rumah Makan "Depot Titin Khas Trenggalek" Cabang Minggiran Kabupaten Kediri yang masih tetap eksis dan bertahan di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Rumah makan ini telah berkembang dengan pesat hingga mampu membuka cabang di berbagai kota sehingga menunjukkan rumah makan ini berhasil dalam meningkatkan penjualannya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Strategi pemasaran yang dilakukan Rumah Makan "Depot Titin Khas Trenggalek" Cabang Minggiran Kabupaten Kediri dalam meningkatkan penjualan agar tetap mampu bertahan dalam menghadapi persaingan.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana perencanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Rumah Makan "Depot Titin Khas Trenggalek" Cabang Minggiran Kabupaten Kediri? (2) Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Rumah Makan "Depot Titin Khas Trenggalek" Cabang Minggiran Kabupaten Kediri? (3) Bagaimana pengawasan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Rumah Makan "Depot Titin Khas Trenggalek" Cabang Minggiran Kabupaten Kediri?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi pemasaran yang dilakukan Rumah Makan "Depot Titin Khas Trenggalek" Cabang Minggiran meliputi penentuan menu dengan mengidentifikasi selera pelanggan, penentuan harga dengan pertimbangan biaya operasional, penentuan lokasi yang strategis, kerja sama dengan agen perjalanan, bergabung dengan komunitas dan pemanfaatan media sosial. 2) Rumah Makan "Depot Titin Khas Trenggalek" Cabang Minggiran menerapkan strategi pemasaran dengan memberikan pilihan menu yang bervariasi, harga yang terjangkau, lokasi yang berada tepat di pinggir jalan, promosi yang menarik. 3) Pengawasan di Rumah Makan "Depot Titin Khas Trenggalek" Cabang Minggiran dengan memeriksa kualitas bahan baku, kesiapan menu, kebersihan dapur dan alat masak, memantau harga bahan baku dan hasil penjualan, memantau kebersihan dan fasilitas umum, memantau penumpang yang dibawa para sopir dan aktivitas media sosial

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Peningkatan Penjualan, Rumah Makan "Depot Titin Khas Trenggalek" Cabang Minggiran**

## **ABSTRACT**

*The research entitled Marketing Strategy Analysis to Increase Sales (Case Study of the Restaurant "Depot Titin Khas Trenggalek" Minggiran Branch, Kediri Regency) was written by Nadila Mukhibatul Ngabidah, NIM. 126402202131, Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, supervised by Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.*

*This research was motivated by the business of the "Titin Khas Trenggalek Depot" Restaurant, Minggiran Branch, Kediri Regency, which still exists and survives amidst increasingly fierce business competition. This restaurant has grown rapidly to the point of being able to open branches in various cities, thus showing that this restaurant has been successful in increasing its sales. Therefore, researchers are interested in conducting research on the marketing strategy carried out by the Minggiran Khas Trenggalek Branch of the Minggiran Restaurant in Kediri Regency in order to increase sales so that they can survive in the face of competition.*

*The focus of this research is (1) How is the marketing strategy planned to increase sales at the "Depot Titin Khas Trenggalek" restaurant, Minggiran Branch, Kediri Regency? (2) How is the marketing strategy implemented to increase sales at the Minggiran Branch of the Minggiran Restaurant, Kediri Regency? (3) How is the marketing strategy monitored to increase sales at the Minggiran Branch of the Minggiran Restaurant, Kediri Regency?*

*This research uses qualitative research with a descriptive approach. Sources obtained from primary data and secondary data. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. Data analysis techniques use data condensation, data presentation and drawing conclusions.*

*The results of the research show that: 1) The marketing strategy carried out by the Minggiran Branch of the "Depot Titin Khas Trenggalek" Restaurant includes determining the menu by identifying customer tastes, determining prices by considering operational costs, determining strategic locations, collaborating with travel agents, joining the community and use of social media. 2) Minggiran Branch "Depot Titin Khas Trenggalek" Restaurant implements a marketing strategy by providing varied menu choices, affordable prices, location right on the roadside, attractive promotions. 3) Supervision at the Minggiran Branch "Depot Titin Khas Trenggalek" Restaurant by checking the quality of raw materials, availability of menus, cleanliness of the kitchen and cooking utensils, maintaining prices of raw materials and sales results, maintaining cleanliness and public facilities, looking after passengers carried by drivers and social media activity.*

**Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Increased Sales, Restaurant "Depot Titin Khas Trenggalek" Minggiran Branch.**