

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Marketing Mix Dalam Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Di Kedai Kosim Tulungagung” ini ditulis oleh Intan Ayu Lathifatun Nisa, NIM. 126405201023, pembimbing Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Banyaknya persaingan antar pengusaha khususnya pedagang dalam memikat konsumen untuk bisa meningkatkan penjualan, pengusaha akan memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Setiap pengusaha berlomba menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaat produk yang dipasarkannya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Perusahaan harus memilik strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan pemasaran. Pemasaran yang efektif yang bisa dijadikan sebagai pijakan bagi para pengusaha yaitu bauran pemasaran 7P. Aktivitas bauran pemasaran saat ini memegang peran penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu Kedai Kosim Tulungagung memutuskan memilih strategi 7P dalam meningkatkan penjualan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif-kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskriptifkan mengenai unit sosial, jadi penelitian ini peneliti akan menggambarkan pada kenyataan fakta yang terjadi dilapangan mengenai *marketing mix* dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada kedai kosim Tulungagung. Dimana penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik wawancara menggunakan transkrip-transkrip wawancara. Teknik wawancara ini mengambil dari 5 terwawancara yaitu Owner, 2 karyawan dan 2 konsumen. Sumber data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Untuk teknik analisis data menggunakan reduksi data, serta penelitian ini menggunakan triangulasi data sebagai teknik keabsahan data. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan strategi marketing dan penerapan bauran pemasaran yang ada pada Kedai Kosim Tulungagung.

Dari penelitian yang dilakukan, peneliti memperoleh hasil bahwa teori strategi 7P yang digunakan Kedai Kosim Tulungagung dalam meningkatkan penjualan sangat efektif yaitu dengan menawarkan produk yang bervariasi dan pemilihan bahan baku berkualitas tinggi. Penetapan harga yang menjangkau dari kalangan atas hingga kalangan bawah. Pemilihan lokasi di pusat kota yang banyak dilihat oleh orang lain. Dari segi promosi telah menggunakan berbagai cara seperti postingan media sosial, potongan harga, kopi Ikhlas. Selanjutnya untuk pelayanan kedai mempunyai staf karyawan yang berpengalaman dan profesional, senantiasa memberikan loyalitas konsumen. Kedai sangat memperhatikan semua proses yang ada mulai dari pemesanan, pengemasan dan penyeduhan. Bukti fisik pada 7P di kedai kosim yaitu pemberian fasilitas seperti toilet, wiffi, kipas angin, tempat parkir dan kuitansi.

**Kata Kunci** : Strategi Pemasaran, Marketing Mix, Penjualan.

## **ABSTRACT**

*The thesis with the title " Marketing Mix in Marketing Strategy to Increase Sales at Kedai Kosim Tulungagung" was written by Intan Ayu Latifatun Nisa, NIM. 126405201023, with supervisor Mr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.*

*There is a lot of competition between entrepreneurs, especially traders, in attracting consumers to increase sales. Entrepreneurs will fight for market share and consumers. Every entrepreneur competes to offer various advantages and benefits of the products they market with the aim of making a profit. Companies must have the right marketing strategy to increase sales. Marketing strategy can be seen as one of the bases used in preparing marketing plans. Effective marketing that can be used as a stepping stone for entrepreneurs is the 7P marketing mix. Marketing mix activities currently play an important role for the survival of the company. Therefore, Kedai Kosim Tulungagung decided to choose the 7P strategy to increase sales.*

*The approach used in this research is a descriptive-qualitative method. Descriptive research is research that attempts to describe social units, so in this research the researcher will describe the facts that occur in the field regarding the marketing mix in marketing strategies to increase sales at the Tulungagung kosim shop. In this research, researchers collected data using interviews, observations and documentation. The interview technique uses interview transcripts. This interview technique was taken from 5 interviewees, namely the Owner, 2 employees and 2 consumers. The data sources used are primary data and secondary data. The data analysis technique uses data reduction, and this research uses data triangulation as a data validity technique.*

*From the research carried out, the researchers obtained the results that the 7P strategy theory used by Kedai Kosim Tulungagung in increasing sales was very effective, namely by offering a variety of products and selecting high quality raw materials. Pricing that reaches from the upper class to the lower class. Choosing a location in the city center that is seen by many other people. In terms of promotion, various methods have been used, such as social media posts, discounts, Ikhlas coffee. Furthermore, the shop service has experienced and professional employee staff, always providing consumer loyalty. The shop really pays attention to all processes starting from ordering, packaging and brewing. Physical evidence of the 7Ps at the Kosim shop is the provision of facilities such as toilets, wifi, fans, parking spaces and receipts.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Marketing Mix, Sales*