

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Mobil Bekas Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Riski Akbar Motor Kabupaten Kediri” yang ditulis oleh Akbram Faishal Mahardani NIM. 126405202116, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Fitriyanatsany, S.Sos., M.A.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh penjualan mobil bekas yang mengalami naik dan turun sehingga diperlukan sebuah strategi untuk meningkatkan volume penjualan. Salah satu strategi yang dilakukan oleh Riski Akbar Motor yaitu strategi bauran pemasaran untuk memperkenalkan dan mempengaruhi konsumen supaya tertarik dan kemudian membeli mobil sehingga volume penjualannya meningkat.

Fokus penelitian yang dilakukan adalah apa saja yang mempengaruhi pemasaran pada *showroom* Riski Akbar Motor dan bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan pada *showroom* Riski Akbar Motor.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengkaji faktor – faktor yang mempengaruhi pemasaran pada *showroom* Risky Akbar Motor dan untuk mengkaji strategi pemasaran yang dilakukan showroom Risky Akbar Motor

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian study kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Data bersumber dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen dari usaha jual beli mobil bekas Riski Akbar Motor. Ada tiga metode dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian 1) Banyaknya penjual mobil bekas membuat persaingan di pasar mobil bekas semakin ketat. Mengatasi hal tersebut Riski Akbar Motor Kabupaten Kediri berusaha menjaga hubungan dengan konsumen melalui pelayanan yang baik serta mempertahankan kualitas mobil. Kurangnya kepercayaan konsumen membuat konsumen bingung dan tidak percaya pada penawaran yang diberikan. Dalam hal tersebut Riski Akbar Motor Kabupaten Kediri meningkatkan pemasaran mobil dengan berjualan lewat media sosial di Instagram, Tiktok, Facebook. 2) Strategi Pemasaran Mobil Bekas Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Riski Akbar Motor Kabupaten Kediri menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) menekankan pada suatu strategi yang mengintegrasikan 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat(*place*), dan promosi (*promotion*)

**Kata Kunci:** Strategi, Pemasaran, Volume Penjualan

## ABSTRACT

*Thesis with the title "Used Car Marketing Strategy in Increasing Sales Volume at Riski Akbar Motor Kediri Regency" written by Akbram Faishal Mahardani NIM. 126405202116, Department of Sharia Business Management, Faculty of Islamic Business Economics, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervisor Fitriyanatsany, S.Sos., M.A.*

*This research is motivated by the ups and downs in used car sales, so a strategy is needed to increase sales volume. One of the strategies carried out by Riski Akbar Motor is a marketing mix strategy to introduce and influence consumers to become interested and then buy cars so that sales volume increases.*

*The focus of the research carried out is what influences marketing at the Riski Akbar Motor showroom and what marketing strategies are implemented at the Riski Akbar Motor showroom.*

*The aim of this research is to examine the factors that influence marketing at the Risky Akbar Motor showroom and to examine the marketing strategy carried out by the Risky Akbar Motor showroom.*

*This research uses a qualitative approach and a case study type of research. Data collection techniques were carried out by means of interviews, observation and documentation. Data comes from business owners, employees and consumers from the used car buying and selling business Riski Akbar Motor. There are three methods in data analysis, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions.*

*Research results 1) The large number of used car sellers makes competition in the used car market increasingly tight. To overcome this, Riski Akbar Motor Kediri Regency tries to maintain relationships with consumers through good service and maintaining car quality. Apart from that, the lack of consumer trust makes consumers confused and distrustful of the offers provided. To overcome this, Riski Akbar Motor Kediri Regency is increasing car marketing by selling via social media on Instagram, Tiktok, Facebook. 2) Used Car Marketing Strategy in Increasing Sales Volume at Riski Akbar Motor Kediri Regency using a marketing mix strategy emphasizing a strategy that integrates the 4Ps, namely product, price, place and promotion. promotion).*

**Keywords:** *Strategy, Marketing, Sales Volume*