

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan Strategi *Marketing Mix* Dalam Mempertahankan Eksistensi Usaha Toko Ayu Accessories Tulungagung” ini ditulis oleh Fitri Sri Wahyuni, NIM.126405201020, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan dosen pembimbing Rizal Furqon Ramadhan, S.Kom,M.T.

Penelitian skripsi ini dilatarbelakangi oleh sang penulis yang tertarik melakukan wawancara dengan sang pemilik terhadap penerapan strategi pemasaran yang digunakan oleh toko Ayu Accessories terutama berkaitan dengan marketing mix dalam mempertahankan eksistensi usaha yang telah di dirikan sejak tahun 2007

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi marketing mix dalam mempertahankan eksistensi usaha Ayu Accessories Tulungagung serta bagaimana toko Ayu Accessories ini menghadapi kendala yang terjadi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data penelitian ini berupa data primer dan data skunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi marketing mix yang diterapkan di toko Ayu Accessories adalah 7P yakni: *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*. Diantara tujuh indikator tersebut strategi *physical evidence* belum maksimal karena banyaknya barang namun tempatnya terbatas. Toko Ayu mempertahankan eksistensinya dengan selalu melengkapi barang yang ada ditokonya. Kendala yang hadapi paling sering yakni banyaknya barang namun tempat terbatas dan naik harga jika barang langka.

Kata Kunci: Pemasaran, *Marketing Mix*, Eksistensi Usaha

ABSTRACT

The thesis with the title "Application of Marketing Mix Strategy in Sustaining the Existence of Ayu Accessories Store in Tulungagung" is written by Fitri Sri Wahyuni, student ID 126405201020, Department of Bussines Management Sharia, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Advisor Lecturer: Rizal Furqon Ramadhan, S.Kom, M.T.

This thesis research is motivated by the author's interest in conducting an interview with the owner regarding the marketing strategies employed by Ayu Accessories store, particularly related to the marketing mix in maintaining the business's existence since 2007.

This research was conducted to find out the application of marketing mix strategies in maintaining the existence of the Ayu Accessories Tulungagung business and how the Ayu Accessories store faced the obstacles that occurred. This study uses a qualitative approach with a type of descriptive qualitative research. The data sources of this study are primary data and secondary data. The data collection techniques used are observation, interviews and documentation.

The results of this study indicate that the marketing mix strategy implemented at Ayu Accessories store consists of the 7Ps: product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. Among these seven indicators, the physical evidence strategy is not yet optimal due to the limited space despite having a large number of products. Ayu store maintains its existence by consistently replenishing its inventory. The most common challenges faced are the abundance of products but limited space, and price increases for rare items.

Keywords: *Marketing, Marketing Mix, Business Existence*