

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan Pada Humidaily *Thriftshop* Tulungagung" yang ditulis oleh Kisfa Alfihani NIM 126405211038, pembimbing Dr. Deny Yudiantoro, S.AP., M.M.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Daya Tarik Pelanggan

Penelitian ini dilatar belakangi oleh masalah bisnis yang menghadapi persaingan ketat, salah satunya usaha Humidaily *Thriftshop* Tulungagung, strategi yang digunakan yaitu bauran pemasaran 7P meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), Proses (*Process*), Tampilan Fisik (*physical advance*). Rumusan masalah pada penelitian skripsi ini adalah (1) Upaya yang dilakukan oleh Humidaily *Thriftshop* Tulungagung dalam meningkatkan daya tarik pelanggan (2) Kendala yang dihadapi oleh Humidaily *Thriftshop* Tulungagung dalam meningkatkan daya tarik pelanggan (3) Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Humidaily *Thriftshop* Tulungagung dalam meningkatkan daya tarik pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengatasi upaya yang dihadapi oleh Humidaily *Thriftshop* Tulungagung dalam meningkatkan daya tarik pelanggan. (2) Untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh Humidaily *Thriftshop* Tulungagung. (3) Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik pelanggan pada Humidaily *Thriftshop* Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik pelanggan pada Humidaily *Thriftshop* Tulungagung adalah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran (marketing mix) 7P, yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*) proses (*process*), tampilan fisik (*Physical advance*). (2) Kendala yang dihadapi Humidaily *Thriftshop* Tulungagung adalah (a) strategi pemasaran belum matang seperti promosi dan informasi belum jelas, (b) target pasar yang belum jelas seperti pelanggan tidak menemukan produk yang cocok, (c) penetapan harga yang tidak sesuai seperti produk dengan adanya noda kecil diberi harga mahal, (d) peningkatan persaingan seperti banyaknya pesaing yang memberikan harga lebih murah. (3) Upaya yang dilakukan Humidaily *Thriftshop* Tulungagung yaitu (a) inovasi produk dan layanan seperti menjaga kualitas produk dan memberikan pelayanan baik ke pelanggan, (b) kolaborasi kemitraan seperti mengikuti event maupun bazar, (c) buat tawaran menarik kepada pelanggan seperti memberikan promo maupun potongan harga, (d) pemasaran digital seperti instagram, whatsapp dan shopee serta akan dikembangkan ke tiktok maupun tokopedia.

ABSTRACT

This thesis entitled “Marketing Strategy to Increase Customer Attraction at Humidaily Thriftshop Tulungagung”, was written by Kisfa Alfihani, Nim 126405211038, Supervisor Dr. Deny Yudiantoro, S.AP., M.M.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Customer Attraction

This research is based on business challenges in a highly competitive market, one of which is faced by Humidaily Thriftshop Tulungagung. The strategy used is the 7P marketing mix, which includes product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The research questions in this thesis are: (1) Efforts are made by Humidaily Thriftshop Tulungagung to overcome those obstacles and enhance customer attraction (2) Obstacles are faced by Humidaily Thriftshop Tulungagung in increasing customer attraction (3) Marketing strategies are implemented by Humidaily Thriftshop Tulungagung to increase customer attraction.

The objectives of this research are: (1) To explore the efforts made to overcome these obstacles and increase customer appeal (2) To identify and analyze the obstacles encountered. (3) To describe the marketing strategies used to increase customer attraction at Humidaily Thriftshop Tulungagung.

This research uses a qualitative approach with a descriptive research type. Data sources include both primary and secondary data. Data collection techniques used are interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques involve data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The research results show that: (1) The marketing strategy to increase customer attraction at Humidaily Thriftshop Tulungagung is implemented through the 7P marketing mix, covering product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. (2) The obstacles faced include: (a) underdeveloped marketing strategies such as unclear promotions and information, (b) unclear target market, with customers unable to find suitable products, (c) inappropriate pricing, such as high prices for products with minor stains, and (d) increasing competition from businesses offering lower prices. (3) Efforts made include: (a) product and service innovation, such as maintaining product quality and providing good customer service, (b) partnership collaborations through participation in events and bazaars, (c) attractive offers like promotions and discounts, and (d) digital marketing through platforms like Instagram, WhatsApp, Shopee, and plans to expand to TikTok and Tokopedia.