

Sulistyo Dartik, **Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Soes Merdeka (Studi Kasus di CV. Soes Merdeka Gresik)**, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juni, 2018.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Soes Merdeka Gresik. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif, sedangkan teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Berdasarkan dari hasil data omset penjualan Soes Merdeka Gresik pada tahun 2015 omset penjualan Soes Merdeka Gresik mencapai 814.708.115, sedangkan pada tahun 2016 omset penjualan Soes Merdeka Gresik mengalami penurunan yang sangat signifikan dari 814.708.115 menjadi 520.073.900, penurunan dari tahun 2015 ke tahun 2016 mencapai 294.724.215. Pada tahun 2017 omset Soes Merdeka Gresik mengalami penurunan kembali menjadi 462.951.900. Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, maka penulis ingin melihat bagaimana strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Soes Merdeka Gresik dengan 3 informan. Penulis berusaha untuk mencari informan dan menjadikan sebagai data primer dalam penelitian. Dalam objek penelitiannya penulis memilih Bapak Yanto, Ibu Sulis dan Ibu Ganis, yang merupakan informan dalam penelitian ini. Hasil analisis dari observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan dengan informan bauran pemasaran yang dilakukan Soes Merdeka Gresik belum sepenuhnya dilakukan, hal itu yang dapat mempengaruhi terjadinya penurunan omset dari tahun ke tahun.

Kata kunci : Strategi Bauran Pemasaran, Volume Penjualan.

Sulistyo Dartik, Marketing Mix Strategy in Increasing Sales Volume of Soes Merdeka (Case Study at CV Soes Merdeka Gresik), Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Gresik, June, 2018.

ABSTRACT

This study aims to find out the marketing mix strategy in increasing the sales volume of Soes Merdeka Gresik. This research uses descriptive analysis technique using qualitative method, while the data retrieval technique used in this research is observation and interview. Based on the data of Soes Merdeka Gresik sales turnover in 2015, Soes Merdeka Gresik sales turnover reached 814,708,115, whereas in 2016 Soes Merdeka Gresik's sales turnover decreased significantly from 814,708,115 to 520,073,900, decreasing from 2015 to in 2016 reached 294,724,215. In 2017 Soes Merdeka Gresik's turnover declined to 462,951,900. In accordance with the purpose of this study, the authors want to see how the marketing mix strategy in increasing sales volume Soes Merdeka Gresik with 3 informants. The author tries to find informants and make as primary data in research. In the object of research the author chose Mr. Yanto, Mrs. Sulis and Mrs. Ganis, who is an informant in this study. The results of the analysis of observations and interviews that have been done with the authors of marketing mix mixes conducted Soes Merdeka Gresik not fully done, it can affect the decline in turnover from year to year.

Key Word: Marketing Mix Strategy, Sales Volume.