

ABSTRAK

Dewi, Nirmala.L.2023. Analisis strategi pemasaran dan kualitas pelayanan pada penjualan di *counter* mulyajaya *cell* Metro Timur. Program studi pendidikan ekonomi, FKIP universitas muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Tiara Anggia Dewi, M.Pd (2) Lilian Mega Puri, M.Pd.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan pada penjualan dan untuk mengetahui kualitas pelayanan pada penjualan *Counter Mulyajaya Cell*. Turunnya penjualan di *Counter Mulyajaya Cell* yang membuat target yang ditetapkan oleh pemilik *Counter Mulyajaya Cell* tidak dapat terealisasi dengan baik. Jenis penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif. Penentuan subjek penelitian atau informan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling sebanyak 8 informan. Strategi marketing yang diterapkan marketing mix 7p yaitu *price, product, promotion, place, people, physical environment, process*. Menjaga pelanggan dengan dimensi kualitas pelayanan yaitu Bukti langsung, Keandalan, daya tanggap jaminan, Perhatian hal yang penting pula. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Counter Mulyajaya Cell* sudah menerapkan strategi marketing 7p untuk menghadapi persaingan namun *Counter Mulyajaya Cell* memiliki kendala dalam strategi promosi dan kualitas pelayanan. Hal ini strategi promosi yang dilakukan *Counter Mulyajaya Cell* kurang luas dalam pemasaran dimedia sosial sehingga promosi yang dijalankan tidak sesuai dengan yang direncanakan dan juga daya tanggap/responsive karyawan terhadap konsumen belum maksimal disebabkan terkadang karyawan yang kurang produktif sehingga mengakibatkan penjualan yang menurun dalam 3 bulan terakhir dimana persaingan penjualan yang semakin meningkat untuk itu sebaiknya Lebih sering mengadakan promosi seperti acara besar, tanggal yang bagus dan akan lebih baiknya Pemilik Mulyajaya Cell merekrut tenaga kerja khusus dibidang digital marketing yang aktif dimedia sosial supaya konsumen selalu merasa direspon oleh tenaga kerja.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Penjualan.

ABSTRACT

Dewi, Nirmala.L.2023. *Analysis of marketing strategies and service quality at sales counters at the East Metro Mulyajaya Cell. Economic education study program, FKIP Muhammadiyah University Metro. Supervisor (1) Tiara Anggia Dewi, M.Pd (2) Lilian Mega Puri, M.Pd.*

The purpose of this study is to determine the application of marketing strategies in dealing with sales competition. The quality of service at sales at the Mulyajaya cell counter. The current problem is the decline in sales at the Mulyajaya Cell Counter which makes the targets set by the Mulyajaya Cell owners unable to be realized properly. The type of research used is descriptive qualitative research. Determination of research subjects or respondents in this study using purposive sampling. The 7p marketing strategy mix, namely price, product, promotion, place, people, physical environment, process is an effective marketing system. Keeping customers with the dimensions of service quality, namely direct evidence, reliability, responsiveness guarantee, attention is also important. The results of the study show that the Mulyajaya cell counter has implemented a 7p marketing strategy to face competition, but the Mulyajaya cell counter has constraints in promotion strategies and service quality. This is the promotional strategy carried out by Mulyajaya Cell which is not extensive in marketing on social media so that promotions are not carried out as planned and also the responsiveness of employees to consumers is not maximized because sometimes employees are less productive resulting in decreased sales in the last 3 months where increasing sales competition.

Keywords: *Marketing Strategy, Service Quality, Sales.*