

## ABSTRAK

Galang Afpriyanto 2024 “Strategi Pemasaran Dalam Penjual Mobil *Second* Pada *Showroom* Langgeng Motor Di Metro” Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Dr. Yateno, S.E.,M.M. Pembimbing (II) Selamat Fuadi, S.E.,M.M.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jual-beli kendaraan bermotor, yang mana kendaraan bermotor seperti mobil sudah menjadi kebutuhan masyarakat. Maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi lingkungan pasar yang dihadapi. Dengan adanya barang yang ditawarkan kepada konsumen, tentunya dibutuhkan cara bagaimana agar produk dapat dikenal oleh masyarakat. Melihat dari banyaknya pesaing yang ada di Kota Metro menjadikan tantangan untuk *Showroom* Langgeng Motor Metro untuk bisa mempertahankan pengembangan usaha, omset serta kualitas produk untuk menarik pelanggan agar tidak memilih *showroom* yang lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh *Showroom* Langgeng Motor Metro dalam meningkatkan penjualan mobil *second*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi langsung dan dokumentasi. Analisis data menggunakan Matriks *IFE*, Matriks *EFE*, Matriks *IE*, dan Matriks *SWOT*. Hasil penelitian matriks *IFE* diperoleh 3,496 dan Matriks *EFE* 2,628 kemudian dilanjutkan dengan Matriks *IE* dengan hasil penelitian *Showroom* Langgeng Motor berada pada kuadran I, diaman kuadran tersebut terletak diantara kekuatan dan peluang. Berdasarkan hasil penelitian dari Matriks *SWOT* didapati bahwa X dan Y bernilai positif yaitu 2,192 sedangkan Y bernilai 0,968.

**Kata Kunci :Strategi pemasaran, *IFE*, *EFE*, *IE*, *SWOT***