

## ABSTRAK

Mirna Wijayanti, analisis kualitas produk dan strategi pemasaran pedagang asongan di city walk melalui media sosial dan e-commerce dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat Kudus..

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerapan kualitas produk dan strategi pemasaran melalui media sosial dan e-commerce yang digunakan pedagang asongan dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat Kudus. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif. Subyek penelitian skripsi ini adalah pedagang asongan yang berada di Kudus city walk dan kepala bidang PKL. Sumber data yang diperoleh peneliti adalah sumber data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Serta teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan simpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Pembangunan City Walk dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan makan di sepanjang jalan city walk dan memberikan peluang kepada masyarakat untuk berdagang di area Kudus City Walk. (2) Yang pertama kualitas dari bahan baku yang digunakan selalu fresh dari supplier yang berada di pasar, tetapi titik kelemahan berada pada pedagang yang hanya memakai satu supplier untuk membeli bahan baku setiap harinya. (3) Setiap pedagang memiliki cara tersendiri dalam menciptakan rasa khas pada makanan yang di jualnya. (4) Strategi pemasaran melalui media sosial dan e-commerce dapat efektif dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan pedagang Asongan di City Walk. (5) Strategi pemasaran berdampak positif bagi perekonomian masyarakat Kudus, penggunaan media sosial dan e-commerce dapat meningkatkan penjualan.

***Kata Kunci : Kudus City Walk, Strategi Pemasaran, Kualitas Produk, Media Sosial dan E-commerce***