

## ABSTRAK

MUZAYIN (1320210355) “Implementasi *Marketing Mix* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Kasur Kapuk (Studi Kasus Pada Usaha Kasur Kapuk Ud Qdoel-X Di Desa Sundoluhur, Kayen, Pati)”.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keingintahuan peneliti terhadap *Marketing Mix* yang ada di UD QDOEL-X dan bagaimana implementasinya untuk meningkatkan penjualan, serta kendala apa saja yang dihadapi dalam pemasaran UD QDOEL-X di Desa Sundoluhur, Kayen Pati

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1). Untuk mengetahui *Marketing Mix* yang ada di UD QDOEL-X Desa Sundoluhur, Kayen, Pati 2). Untuk menganalisis penerapan strategi *Marketing Mix* yang dilakukan di UD QDOEL-X Pati untuk meningkatkan penjualan. 3). Untuk menganalisis kendala-kendala apa saja yang dialami dalam pemasaran UD QDOEL-X Pati.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan yang disajikan secara deskriptif kualitatif. Subyek penelitian ini adalah Pemilik usaha, dan para karyawan UD QDOEL-X Pati. Sedangkan instrumen dari penelitian ini yaitu peneliti sendiri. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi dan akan dianalisa dengan pendekatan kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1). Penerapan *marketing mix* yang digunakan di UD QDOEL-X Pati untuk meningkatkan penjualan meliputi *produk, price, place, promotion*. Dari strategi *marketing mix* tersebut masih belum maksimal dalam penerapannya, sehingga harus lebih dimaksimalkan agar pemasaran yang dilakukan UD QDOEL-X Pati dapat meningkatkan penjualan. 2). Kendala penjualan yang dihadapi UD QDOEL-X Pati yaitu kurangnya tenaga pemasar/sales yang dimiliki oleh UD QDOEL-X Pati. Kendala lain yaitu adanya perang harga pada pesaing lain dengan menggunakan bahan bukan kapuk sehingga memperburuk citra kasur kapuk dimata konsumen

**Kata Kunci:** *Marketing Mix*, Penjualan