ABSTRAK

Hendrawansyah, 2020. Penerapan Manajemen Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan di Toko MR. Daeng Kota Makassar. Skripsi Dibimbing oleh: Skripsi Dibimbing oleh: Pembimbing I. Bapak Moh. Aris Pasigai. dan Pembimbing II. Bapak Samsul Rizal.

Penelitian ini mengkaji tentang Penerapan Manajemen Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan di Toko MR. Daeng. Jenis Penelitian yang digunakan adalah adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, dan dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data dari pemilik usaha, karyawan dan pembeli. Fokus penelitian ini adalah bagaimanakah Penerapan Manajemen Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan di Toko MR. Daeng Kota Makassar?. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategi pemasaran yang meliputi. 1). Segmentasi, 2). Targeting, 3) Positioning, 4) Marketing Mix dan 5) Strategi Penentuan Waktu. Hasil diatas disimpulkan sebagai berikut: Penerapan Manajemen strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan saat ini sudah optimal pada komponen segmentasi targeting, positioning, marketing mix dan strategi penempatan waktu, sehingga mampu meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci : segmentasi targeting, positioning, marketing mix dan strategi penempatan waktu

ABSTRACT

Hendrawansyah, 2020. *Implementation of Marketing Strategy Management to Increase Sales at MR Stores. Daeng Makassar City. Thesis Supervised by: Thesis Supervised by: Advisor I. Moh. Aris Pasigai. and Supervisor II. Samsul Rizal.*

This study examines the Application of Marketing Strategy Management to Increase Sales at MR Stores. Daeng. The type of research used is a descriptive qualitative method with interview techniques, and documentation is done to obtain data from business owners, employees and buyers. The focus of this research is how the Application of Marketing Strategy Management to Increase Sales in MR Stores. Daeng Makassar City ?. The results showed that the marketing strategy management included. 1). Segmentation, 2). Targeting, 3) Positioning, 4) Marketing Mix and 5) Timing Strategy. The results above are summarized as follows: Implementation of marketing strategy management to increase sales is currently optimal in the components of segmentation targeting, positioning, marketing mix and time placement strategies, so as to increase revenue.

Keywords: *Targeting Segmentation, Positioning, Marketing Mix And Timing Strategy*

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN