

## ABSTRAK

George Adryan Refael David (02011210061)

### **Analisis Strategi Pemasaran Toko Duta Bangunan di Bondowoso**

(xv + 71 halaman; 0 gambar; 8 tabel; 1 lampiran)

**Keywords:** Analisis *lingkungan internal (IFE)*, Analisis *lingkungan eksternal (EFE)*, *Marketing mix 4p*, Analisis *SWOT*, *Matriks SWOT*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Duta Bangunan dalam menghadapi persaingan pasar material konstruksi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara. Hasil analisis menunjukkan bahwa Toko Duta Bangunan memanfaatkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi untuk meningkatkan daya saing. Penekanan diberikan pada diversifikasi produk, penawaran harga kompetitif, lokasi strategis, serta promosi melalui media digital dan loyalitas pelanggan. Namun, terdapat tantangan dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku dan perkembangan teknologi yang pesat. Rekomendasi yang diusulkan meliputi penguatan digital marketing, peningkatan layanan pelanggan, dan pengembangan program kemitraan strategis dengan kontraktor lokal. Kesimpulannya, penerapan strategi pemasaran yang adaptif dapat membantu Toko Duta Bangunan mempertahankan pertumbuhan dan daya saing di industri material konstruksi.

Kata kunci: strategi pemasaran, *marketing mix*

Referensi: 17 (2009-2023)

## ABSTRACT

George Adryan Refael David (02011210061)

### **Analisis Strategi Pemasaran Toko Duta Bangunan di Bondowoso**

(xv + 71 pages; 0 images; 8 tables; 1 appendices)

**Keywords:** *Internal environmental analysis (IFE), External environmental analysis (EFE), Marketing mix 4p, SWOT analysis, SWOT matrix.*

*This study aims to analyze the marketing strategy implemented by Toko Duta Bangunan in facing the competition in the construction material market. The research method used is a qualitative approach with data collection through observation and interviews. The results of the analysis show that Toko Duta Bangunan utilizes a marketing mix strategy that includes products, prices, places, and promotions to increase competitiveness. Emphasis is placed on product diversification, competitive price offerings, strategic locations, and promotions through digital media and customer loyalty. However, there are challenges in dealing with fluctuations in raw material prices and rapid technological developments. The proposed recommendations include strengthening digital marketing, improving customer service, and developing strategic partnership programs with local contractors. In conclusion, the implementation of an adaptive marketing strategy can help Toko Duta Bangunan maintain growth and competitiveness in the construction material industry.*

*Keywords: marketing strategy, marketing mix*

**Reference:** 17 (2009-2023)