

## ABSTRAK

Antonius Kurniawan Supranoto

Skripsi

Evaluasi Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan Tahu “LTT” Di Kediri.

Dalam era globalisasi saat ini perusahaan harus memiliki sistem manajemen yang tepat. Salah satunya adalah strategi pemasaran. Namun pada strategi yang ada pasti kelebihan dan kelemahan sehingga setiap perusahaan harus menemukan strategi yang tepat agar untuk meningkatkan jumlah pelanggan setia maupun pelanggan baru dari Tahu LTT. Menggunakan metode deskriptif sekunder yang ditujukan kepada pemilik Tahu LTT dan kualitatif dengan cara melakukan wawancara kepada pemilik, narasumber dari toko Tahu POO dan membagikan kuesioner kepada 100 orang responden kepada pembeli Tahu LTT di Kediri. Teknik yang digunakan adalah purposive sampling. Metode yang digunakan adalah memakai skala Likert dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil yang didapat dalam evaluasi strategi pemasaran Tahu LTT dengan melihat aspek produk ( $X_1$ ), aspek harga ( $X_2$ ), aspek promosi ( $X_3$ ) dan aspek tempat ( $X_4$ ) dan keputusan pembelian ( $Y$ ).

**Kata Kunci : Strategi pemasaran, Tahu LTT**

## ABSTRACT

Antonius Kurniawan Supranoto

*Thesis*

*Evaluation of Marketing Strategy to Increase the Number of Customers Tofu "LTT" in Kediri.*

*In the current era of globalization companies must have the right management system. One of them is marketing strategy. However, the existing strategies are certainly strengths and weaknesses so that each company must find the right strategy in order to increase the number of loyal customers and new customers from Tahu LTT. Using a secondary descriptive method aimed at the owner of LTT and qualitative by conducting interviews with owners, resource persons from the POO Tahu shop and distributing questionnaires to 100 respondents to the buyers of LTT in Kediri. The technique used is purposive sampling. The method used is a Likert scale using SPSS software. The results obtained in the evaluation of marketing strategies of Tahu LTT by looking at the product aspects (X1), price aspects (X2), promotion aspects (X3) and place aspects (X4) and purchasing decisions (Y).*

**Keywords:** *Marketing strategy, Tahu*