

ABSTRAK

“Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dan Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan (Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo Kerupuk Ikan Cap Tengiri)”

Jessica Putri Damayanti

Manajemen

Univeristas Muhammadiyah Jember

2025

Perkembangan perekonomian pada zaman globalisasi saat ini sangatlah pesat dan telah membawa perubahan besar terhadap persaingan yang tinggi dalam segala aspek kehidupan masyarakat, khususnya dalam dunia bisnis yang memengaruhi cara perusahaan beroperasi, berinteraksi, dan berinovasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penerapan *marketing mix* dan *digital marketing* terhadap penjualan pada toko oleh-oleh khas Probolinggo kerupuk ikan cap tengiri. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan terjun langsung melakukan wawancara kepada responden penelitian yakni pemilik toko, karyawan dan pelanggan. Metode pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini yakni dengan melakukan reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan uji keabsahan data. Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa keberhasilan dalam menerapkan unsur-unsur marketing mix seperti produk, harga, tempat, dan promosi memberikan dampak positif terhadap daya tarik konsumen dan Dalam merancang strategi pemasaran digital dan memperkenalkan produk baru, Toko Oleh-Oleh memanfaatkan iklan internet melalui platform Instagram dan WhatsApp untuk mempromosikan produknya sangat memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Pemasaran Digital, Penjualan

ABSTRACT

“Implementation of Marketing Mix and Digital Marketing on Sales (Probolinggo Specialty Souvenir Shop, Tengiri Brand Fish Crackers)”

Jessica Putri Damayanti

Manangement

Muhammadiyah University of Jember

2025

The development of the economy in the current era of globalization is very rapid and has brought major changes to high competition in all aspects of people's lives, especially in the business world that affects the way companies operate, interact, and innovate. This study aims to determine and analyze the application of marketing mix and digital marketing to sales at a souvenir shop typical of Probolinggo, tengiri brand fish crackers. This type of research uses a qualitative method by directly interviewing research respondents, namely shop owners, employees and customers. Data collection methods by conducting observations, interviews, documentation. The data analysis techniques in this study are by reducing data, presenting data, concluding and testing data validity. The results of the analysis obtained show that success in implementing marketing mix elements such as products, prices, places, and promotions has a positive impact on consumer appeal and In designing digital marketing strategies and introducing new products, Toko Oleh-Oleh utilizes internet advertising through the Instagram and WhatsApp platforms to promote its products, it has a significant impact on increasing sales.

Keywords: Marketing Mix, Digital Marketing, Sales