

## **ABSTRAK**

**TUJUAN PENELITIAN** dari penulisan tugas akhir ini ialah untuk menjelaskan kegiatan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada perusahaan UD.NATA BANGKALAN dan memberikan solusi untuk mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada perusahaan UD.NATA BANGKALAN. **METODE PENELITIAN** yang digunakan untuk menganalisis permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif, menyajikan informasi data yang terkumpul dari pihak internal perusahaan, analisis hasil pengamatan lapangan, serta wawancara. **HASIL YANG DICAPAI** dari penelitian menunjukkan bahwa keseluruhan strategi yang telah dilakukan oleh pihak UD.NATA BANGKALAN sudah berjalan dengan baik tetapi belum optimal. Permasalahan yang terkait kepuasan konsumen terletak pada persepsi terhadap kualitas produk dan pemasaran. **SIMPULAN** yang didapat dari penelitian ini adalah pengembangan strategi pemasaran melalui peningkatan kualitas, strategi promosi yang konsisten baik melalui acara pemasaran atau seponsor, jangkauan harga yang tepat, dan pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen perusahaan UD.NATA BANGKALAN.

Kata Kunci: strategi pemasaran, kepuasan konsumen, peningkatan penjualan

## **ABSTRAK**

**RESEARCH PURPOSES** of this thesis is to describe the activities of a marketing strategy to increase sales at the company UD.NATA BANGKALAN and provide solutions for develop marketing strategy to increase sales at the company UD.NATA BANGKALAN. **METHODS** used to analyze the existing problems in this research is using descriptive qualitative and quantitative approaches, present information about the data collected from internal sources, the analysis of field observations, and interviews. **RESULTS ACHIEVED** of research shows that the overall strategy that has been done by the UD.NATA BANGKALAN been running well but not optimal. **Problems** related to consumer satisfaction lies in the perception of the quality of products and marketing.

*Keywords: marketing strategy, customer satisfaction, increases sales*