

ABSTRAK

Gandyka Alvi Damara, (2026). Analisis Pemasaran terhadap Peningkatan Jumlah Pelanggan pada PT KAF Media Nusantara Kantor Pusat Bangkalan.”. Tugas Akhir. Program Studi Diploma III Entrepreneurship, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunodjoyo Madura. Pembimbing: Dr. Uswatun Hasanah, S.E., M.Sc.

Penelitian ini berjudul “Analisis Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Jumlah Pelanggan pada PT KAF Media Nusantara Kantor Pusat Bangkalan.” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan pada PT KAF Media Nusantara Cabang Bangkalan. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan kepada pihak perusahaan yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Fokus penelitian meliputi unsur-unsur bauran pemasaran, yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan internet yang baik, harga yang kompetitif, perluasan jangkauan layanan, serta promosi yang dilakukan melalui media digital dan komunikasi langsung kepada masyarakat berperan dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Meskipun demikian, perusahaan masih menghadapi beberapa kendala, seperti persaingan dengan penyedia layanan internet lainnya dan perubahan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi dan pengembangan strategi pemasaran secara berkelanjutan guna meningkatkan daya saing dan mempertahankan pertumbuhan jumlah pelanggan.

Kata Kunci: bauran pemasaran, peningkatan pelanggan, strategi pemasaran, layanan internet.

ABSTRACT

Gandyka Alvi Damara, (2026). Analysis of the Marketing Mix on Increasing the Number of Customers at PT KAF Media Nusantara Bangkalan Head Office. Final Project. Diploma III Entrepreneurship Study Program, Faculty of Economic and Business, Universitas Trunodjoyo Madura. Advisor: Dr. Uswatun Hasanah, S.E., M.Sc.

This study is entitled “Analysis of the Marketing Mix on Increasing the Number of Customers at PT KAF Media Nusantara Bangkalan Head Office.” The purpose of this study is to analyze the implementation of the marketing mix in increasing the number of customers at PT KAF Media Nusantara Bangkalan Branch. This research employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation involving company personnel engaged in marketing activities. The study focuses on the elements of the marketing mix, namely product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The findings reveal that service quality, competitive pricing, wider service coverage, and promotional activities through digital media and direct communication with the community contribute to customer growth. However, the company still faces challenges, including competition from other internet service providers and changing customer needs. Therefore, continuous evaluation and improvement of marketing strategies are necessary to enhance competitiveness and sustain customer growth.

Keywords: *marketing mix, customer growth, marketing strategy, internet services.*