

ABSTRAK

Dede Herdiawan, 3402200207. “Strategi Pemasaran *Product Bundling* Dalam Meningkatkan *Volume* Penjualan Produk Retail (Suatu Studi Pada PT. Almeera Syafa Farhana Toserba Gunasalma Kawali)”. Dibawah bimbingan Dr. Elin Herlina, S.Pd., M.M (Pembimbing I) dan Toto, S.E., M.M (Pembimbing II)

Penelitian ini difokuskan pada pelaksanaan strategi pemasaran produk *bundling* dalam meningkatkan volume penjualan produk ritel pada Toserba Gunasalma Kawali. Permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini meliputi : 1]. Bagaimana penerapan strategi pemasaran *product bundling* pada PT. Almeera Syafa Farhana Toserba Gunasalma Kawali?; 2]. Bagaimana *volume* penjualan produk pada PT. Almeera Syafa Farhana Toserba Gunasalma Kawali?; 3]. Bagaimana strategi pemasaran *product bundling* dalam meningkatkan *volume* penjualan produk ritel pada PT. Almeera Syafa Farhana Toserba Gunasalma Kawali? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1]. Strategi pemasaran *product bundling* pada PT. Almeera Syafa Farhana Toserba Gunasalma Kawali; 2]. *volume* penjualan produk pada PT. Almeera Syafa Farhana Toserba Gunasalma Kawali; 3]. Strategi pemasaran *product bundling* dalam meningkatkan *volume* penjualan produk ritel pada PT. Almeera Syafa Farhana Toserba Gunasalma Kawali.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan metode pengambilan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi, dalam sesi wawancara dilakukan dengan tiga narasumber yaitu kepala toko, pramuniaga, dan *spg (sales promotion girl)*. Hasil wawancara menunjukkan bahwa strategi produk *bundling* memiliki keunggulan dalam harga yang lebih murah dibandingkan membeli secara terpisah, namun dibalik keunggulan tersebut strategi produk *bundling* ini belum meningkatkan *volume* penjualan secara signifikan, hal ini disebabkan oleh cara penggabungan produk yang kurang tepat sehingga mengurangi daya tarik konsumen.

Diharapkan Toserba Gunasalma Kawali lebih inovatif dan kreatif lagi dalam melaksanakan strategi pemasaran produk *bundling* sehingga dapat meningkatkan *volume* penjualan secara signifikan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran *Product Bundling* dan *Volume* Penjualan