

## ABSTRAK

Risqiyah, Siti Adinda. 2021. **Skripsi. Implementasi Sistem *Marketing* dan Kualitas Produk *Furniture* Unik Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Meubel *Furniture* (Studi Kasus Pada CV. Cipta Graha Probolinggo)**. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan di CV.Cipta Graha Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui implementasi sistem *marketing* dan kualitas produk *furniture* unik terhadap keputusan pembelian konsumen meubel *furniture* pada CV.Cipta Graha Probolinggo. Penelitian ini dilakukan pada Bulan April sampai dengan Bulan Mei 2021.Jenis penelitian yang digunakan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang menggali suatu data untuk menemukan makna hal-hal yang mendasari esensi suatu fenomena, realistis atau pengalaman yang dialami objek. Teknik pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini yakni reduksi data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Teknik pengambilan informan menggunakan teknik *stratified sampling*. Dan sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis data interpretasi data dan triangulasi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa hasil wawancara bersama 4 (empat) informan yang terdiri dari 2 (dua) pihak dari CV. Cipta Graha Probolinggo dan 2 (dua) lainnya konsumen dari CV. Cipta Graha Probolinggo, implementasi sistem *marketing* terhadap keputusan pembelian yang ada di perusahaan meubel furniture ini telah sesuai dengan teori menurut Kotler, yakni 4P; *Price Place Product Promotion*. Dan implementasi kualitas produk guna mempertahankan pelanggan yang sesuai dengan teori menurut Tjiptono, yakni; kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*features*), kesesuaian spesifikasi (*conformance to spesification*), daya tahan (*durability*), estetika (*aesthetic*), keandalan (*reliability*).

**Kata Kunci:** *Sistem marketing, kualitas produk unik,keputusan pembelian konsumen.*

## **ABSTRACT**

Risqiyah, Siti Adinda. 2021. *Thesis. Implementation of Marketing System and Unique Furniture Product Quality on Consumer Furniture Purchase Decisions (Case Study on CV. Cipta Graha Probolinggo). Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.*

*This research was conducted at CV.Cipta Graha Probolinggo with the aim of knowing the implementation of the system marketing and the quality of unique furniture products on consumer purchasing decisions for furniture furniture at CV.Cipta Graha Probolinggo. This research was conducted from April to May 2021. The type of research used in this research is descriptive qualitative with a fenomenological approach that explores data to find the meaning of things that underlie the essence of a phenomenon, realistic or experience experienced by the object. The data collection techniques used in this study are data reduction, conclusion drawing and verification. The informant's sampling technique used a stratified sampling technique. And while for the data analysis technique using interview transcripts, data reduction, data analysis, data interpretation and triangulation.*

*This study shows that the results of interviews with 4 (four) informants consisting of 2 (two) parties from CV. Cipta Graha Probolinggo and 2 (two) other consumers from CV. Cipta Graha Probolinggo, the implementation of the marketing system on purchasing decisions in this furniture company is in accordance with Kotler's theory, namely the 4Ps; Price Place Product Promotion. And the implementation of product quality in order to retain customers in accordance with the theory according to Tjiptono, namely; performance, additional features, conformance to specifications, durability,aesthetics, reliability.*

***Keywords: Marketing system, unique product quality, consumer purchasing decisions.***