

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi manajemen pemasaran pada keputusan pembelian produk di CV Alas Gembol. Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang didapat dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi serta menggunakan data sekunder sebagai pelengkap. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pemasaran melalui media sosial, words of mouth marketing, promosi melalui pameran berpengaruh positif pada Keputusan pembelian untuk produk CV Alas Gembol. Pemilik perusahaan ini, Bapak Faisol, memulai perjalanannya di industri furnitur jati lebih dari 25 tahun yang lalu, dimulai dengan sebuah bengkel kecil. Awalnya beroperasi dengan nama berbeda dan berlokasi di Jalan Solo, bisnis ini menghadapi banyak tantangan namun terus berkembang berkat dedikasi dan kerja keras Faisol. Pada tahun 2013, perusahaan berganti nama menjadi CV Alas Gembol dan dipindahkan ke Imogiri Barat untuk pengawasan yang lebih baik, karena dekat dengan tempat tinggal Faisol. Melalui partisipasi strategis dalam acara bergengsi seperti International Furniture Expo (IFEX) dan komitmen terhadap kualitas pengerjaan, CV Alas Gembol telah berkembang. Saat ini, perusahaan ini memiliki lebih dari 250 karyawan, lebih dari 1500 klien yang puas, dan rekam jejak yang mengesankan dengan 110 penghargaan, menjadikannya nama terkemuka di industri furnitur jati.

Kata kunci : Manajemen Pemasaran, Strategi Pemasaran, Sosial Media, Word of Mouth, Perilaku Customer, Promosi