

RINGKASAN

Salah satu usaha yang berkembang di kalangan masyarakat adalah usaha bengkel. Bengkel Mobil DTM Station merupakan salah satu bengkel mobil di Jakarta yang mengimplementasikan bauran pemasaran untuk menghadapi persaingan bisnis. Implementasi bauran pemasaran 7p adalah suatu usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan laba usaha dengan melakukan serangkaian kegiatan yang terstruktur dan terencana. Aspek dalam 7p diantaranya adalah *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *process* (proses), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik). Laporan tugas akhir ini bertujuan untuk dapat mengetahui penerapan bauran pemasaran 7p yang dilakukan oleh Bengkel Mobil DTM Station. Desain penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa implementasi bauran pemasaran pada Bengkel Mobil DTM Station ini secara umum sudah terlaksana dengan baik. Namun ada sedikit beberapa kendala dalam aspek 7p ini di antaranya yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *proce*s (proses), yakni produk yang masih belum tersedia, harga diskon yang masih terbilang tinggi, promosi yang masih blm cukup, proses pembayaran yang masih blm update. Hanya saja butuh peningkatan dalam 4 aspek ini.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Pelayanan Bengkel, Pelayanan jasa, 7p

