

ABSTRAK

Pelanggan dalam industri jasa berharap untuk mendapatkan layanan yang berkualitas dan memuaskan. Di lain pihak pemberi jasa juga mempunyai standar kualitas dalam memberikan jasanya. Demikian juga halnya pada *AutoBridal* Prioritas 5 Buahbatu Bandung, yang merupakan perusahaan jasa, konsumen sebagai pelanggan mempunyai harapan terhadap kualitas jasa yang mungkin berbeda dengan pemberi layanan lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui penerapan Strategi Pasar yang dilakukan di *AutoBridal* Prioritas 5 Buahbatu Bandung, 2) Untuk mengetahui penerapan Bauran Pemasaran yang dilakukan di *AutoBridal* Prioritas 5 Buahbatu Bandung, dan 3) Untuk mengetahui kondisi Nilai Pelanggan di *AutoBridal* Prioritas 5 Buahbatu Bandung.

Metode penelitian yang dipergunakan dalam melakukan penelitian ini adalah Studi Deskriptif, dimana penyajiannya disertai analisis sesuai uraian yang menjelaskan permasalahannya. Unit analisis dalam penelitian ini yaitu pelanggan *AutoBridal* Bandung dengan jumlah sampel sebanyak 76 pelanggan. Data yang diperoleh selama penelitian ini akan diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori yang telah dipelajari, sehingga diperoleh suatu kejelasan mengenai objek yang diteliti.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan ditemukan kesimpulan: 1) Strategi Pasar yang dilakukan di *AutoBridal* Prioritas 5 Buahbatu Bandung sudah termasuk kriteria baik, 2) Bauran Pemasaran yang dilakukan di *AutoBridal* Prioritas 5 Buahbatu termasuk kriteria baik, dan 3) Nilai Pelanggan di *AutoBridal* Prioritas 5 Buahbatu Bandung termasuk kriteria baik.

Kata Kunci : Strategi Pasar, Bauran Pemasaran, Nilai Pelanggan, deskriptif

