

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Ditinjau Menurut Ekonomi Islam (Studi pada Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung)” ini ditulis oleh Indriani Safitri, NIM. 17402163605, pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya usaha kuliner yang ada di Tulungagung sehingga menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi menciptakan strategi usaha yang digunakan untuk menarik minat calon konsumen agar usahanya dapat terus berkembang sekaligus mampu bersaing dipasaran. Salah satu strategi yang digunakan untuk menghadapi persaingan diantara usaha-usaha lain adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang diterapkan pada Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung adalah strategi bauran pemasaran.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung dalam meningkatkan minat beli konsumen ? (2) Bagaimana hambatan dalam penerapan strategi bauran pemasaran pada Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung dalam meningkatkan minat beli konsumen ? (3) Bagaimana solusi dari adanya hambatan penerapan strategi bauran pemasaran pada Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung dalam meningkatkan minat beli konsumen ?. Sedangkan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memahami strategi bauran pemasaran, hambatan, dan solusi dalam meningkatkan minat beli konsumen pada Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Sumber data yang di peroleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah: produk pada Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung mempunyai banyak varian. Promosi yang dilakukan oleh Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung dilakukan dengan menggunakan media sosial serta mengikuti acara pameran dan bazar-bazar. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) pada Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung juga sudah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam, yaitu selalu mengutamakan kualitas produk, penetapan harga yang sesuai, tempat yang nyaman, aman dan strategis, serta promosi yang jujur dan terbuka.

Kata kunci: *Strategi, Bauran Pemasaran, Minat Beli Konsumen, Pemasaran Islam*

ABSTRACT

Thesis with the title "Analysis of Marketing Mix Strategies in Increasing Consumer Purchase Interest in terms of Islamic Economics (Study at Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung) was written by Indriani Safitri, NIM. 17402163605, advisor Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

This research is motivated by the increasing number of culinary businesses in Tulungagung so that businesses require to continue to innovate to create business strategies that are used to attract potential customers so that their businesses can continue to grow and be able to compete in the market. One of the strategies used to face competition among other businesses is the marketing strategy. The marketing strategy adopted at Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung is the marketing mix strategy.

The focus of this research is (1) How is the marketing mix strategy adopted by Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung in increasing consumer buying interest ? (2) How are the obstacles in applying the marketing mix strategy at Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung in increasing consumer buying interest ? (3) What is the solution to the obstacles in the implementation of the marketing mix strategy at Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung in increasing consumer buying interest ?. While the purpose of this research is to understand the marketing mix strategies, barriers, and solutions in increasing consumer buying interest in Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung.

This research uses descriptive qualitative approach. Sources of data obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques with observation, interviews and documentation. Data analysis techniques using data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results of this study are: products at Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung have many variants. Promotions conducted by Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung are done using social media and take part in exhibitions and bazaars. The marketing mix strategy at Warung Makan Bakso Gunung Tulungagung is also in accordance with the Islamic economic perspective, that is always prioritizing product quality, pricing accordingly, a comfortable, safe and strategic place, honest and open promotion.

Keywords: *Strategy, Marketing Mix, Consumer Purchase Interest, Islamic Marketing.*