

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Toko “Omah Kaos Truck” Tulungagung” ini ditulis oleh Muhammad Reza Nurdianto, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, NIM 12402183266, Pembimbing Bapak Syamsul Umam, S.H.I., M.H.,.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan antar pengusaha khususnya para pengusaha yang focus pada bagian retail dan fashion dalam memikat konsumen sehingga bisa meningkatkan penjualan, dan salah satu caranya adalah menerapkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran harus dilakukan dengan efektif sehingga penjualan dapat meningkat. Sedangkan yang dilakukan oleh Toko “Omah Kaos Truck” Tulungagung lebih memfokuskan pada strategi mengunggulkan variasi, kualitas dan popularitas produk untuk menarik minat beli konsumen.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yakni: (1) Untuk mengetahui cara penerapan strategi mengunggulkan variasi, kualitas dan popularitas produk dalam menarik minat beli pada Toko Omah Kaos Truck Tulungagung, (2) Untuk mengetahui upaya pengembangan strategi mengunggulkan variasi, kualitas dan popularitas produk dalam menarik minat beli pada Toko Omah Kaos Truck Tulungagung.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian yaitu : 1) Berdasarkan hasil penelitian Toko “Omah Kaos Truck” Tulungagung menerapkan strategi pemasaran dengan bauran pemasaran yang didalamnya memfokuskan pengembangan produk dengan mengunggulkan variasi, kualitas dan popularitas produk dalam menarik minat beli konsumen. Formulasi strategi yang dilakukan oleh toko omah kaos truck tulungagung ini adalah menjadikan produknya yang utama dimata konsumen, membuat konsumen terus tertarik untuk membeli, memperkuat dimensi variasi produk dan mematangkan target pasar dengan baik. Pada aspek kualitas, memahami kebutuhan konsumen, adapun mengatur biaya poduksi, dan tolak ukur standar kualitas produk yang harus dijaga dan terus dikembangkan. Membangun kesadaran merk bagi konsumen, kemudian memperluas media promosi, dan mengumpulkan pelanggan. 2) Upaya yang dilakukan oleh Toko “Omah Kaos Truck” untuk mengembangkan strateginya yakni mempersiapkan strategi operasional lanjutan yang baik, meningkatkan kinerja setiap saat, memahami kompetitor bisnis, melakukan perluasan jaringan bisnis dan bekerja dengan penuh dedikasi.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Minat Beli

ABSTRACT

This thesis entitled "Analysis of Marketing Strategy in Attracting Consumer Purchase Interest at Tulungagung's "Omah Kaos Truck" Store" was written by Muhammad Reza Nurdianto, Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, NIM 12402183266, Advisor Mr. Syamsul Umam, S.H.I., M.H.,.

This research is motivated by competition between entrepreneurs, especially entrepreneurs who focus on retail and fashion in attracting consumers so they can increase sales, and one way is to implement a marketing strategy. Marketing strategies must be carried out effectively so that sales can increase. Whereas what is done by the Tulungagung "Omah Kaos Truck" shop focuses more on strategies to prioritize product variety, quality and popularity to attract consumer buying interest.

The focus of research in this thesis are: (1) To find out how to apply strategies to favor variety, quality and popularity of products in attracting buying interest at Omah Kaos Truck Tulungagung Stores, (2) To find out the efforts to develop strategies to favor variety, quality and popularity of products in attracting interest in buying at the Omah T-Shirt Truck Tulungagung Shop.

This study used a qualitative research method with a descriptive approach. The type of this research is case study research conducted directly. The data used in this research are primary data and secondary data. Checking the validity of the data using observation persistence, source triangulation, and peer checking.

The results of the research are: 1) Based on the research results of the Tulungagung "Omah Kaos Truck" store, implementing a marketing strategy with a marketing mix in which it focuses on product development by favoring the variety, quality and popularity of products in attracting consumer buying interest. The formulation of the strategy carried out by the Tulungagung Omah T-shirt shop is to make its product the main one in the eyes of consumers, keep consumers interested in buying, strengthen the dimensions of product variation and mature the target market well. In the aspect of quality, understanding consumer needs, while managing production costs, and benchmarks for product quality standards that must be maintained and continuously developed. Building brand awareness for consumers, then expanding promotional media, and gathering customers. 2) Efforts made by the "Omah Kaos Truck" Store to develop its strategy, namely preparing a good follow-up operational strategy, improving performance at all times, understanding business competitors, expanding business networks and working with dedication.

Keywords: Marketing Strategy, Buying Interest