

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Pada Usaha Seblak Jasun Bandung, Tulungagung” ini ditulis oleh Oldyna Ismia Resti, NIM. 126402201045 Program Studi Ekonomi Syariah, Dosen Pembimbing Jusuf Bachtiar, S.S., M.Pd.

Penelitian ini di latarbelakangi oleh salah satu tempat usaha dengan strategi pemasaran yang baik yang bertujuan untuk menarik minat konsumen.melihat adanya beberapa pesaing di daerah Bandung, Seblak Jasun terus berusaha melakukan perbaikan dan penyusunan strategi yang signifikan guna untuk meningkatkan kepuasan dan kelayakan konsumen. Tujuan dan manfaat dari penelitian ini diantaranya untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran 7P yang dilakukan oleh Seblak Jasun.

Metode Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Pengumpulan data-datanya menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi langsung dan dokumentasi. Sumber data penelitian dalam wawancara mendalam adalah partisipan yang memiliki posisi atau kewenangan pada obyek penelitian yaitu sebanyak 3 (tiga) informan: 1 (satu) orang pemilik usaha, 1 (satu) orang konsumen, dan 1 (satu) orang pesaing usaha. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi dalam menentukan harga dan lokasi, 2) Strategi dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen, 3) Produk dan sarana fisik yang mampu menarik minat konsumen, 4) Bentuk proses dan promosi dalam menarik minat konsumen.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Minat Konsumen.

Abstract

The thesis "Marketing Strategy in Attracting Consumer Interest in the Seblak Jasun Bandung, Tulungagung Business" is recreated by Oldyna Ismia Resti, NIM. 126402201045 Sharia Economics Study Program, advised by Jusuf Bachtiar, S.S., M.Pd.

This research is motivated by a business place with a good marketing strategy which aims to attract consumer interest. Seeing the existence of several competitors in the Bandung area, Seblak Jasun continues to try to make improvements and develop significant strategies in order to increase consumer satisfaction and loyalty. The aims and benefits of this research include finding out how the 7P marketing strategy is carried out by Seblak Jasun.

The research uses is qualitative research method. Data collection uses in-depth interview techniques, direct observation and documentation. The sources of research data in in-depth interviews are participants who have positions or authority over the research object, namely 3 (three) informants: 1 (one) business owner, 1 (one) consumer, and 1 (one) business competitor. The results of this research show that: 1) Strategy in determining prices and locations, 2) Strategy in providing services to consumers, 3) Products and physical facilities that are able to attract consumer interest, 4) Forms of processes and promotions to attract consumer interest.

Keywords : Marketing Strategy, Consumer Interest.