

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk dalam Upaya Peningkatan Minat Beli Masyarakat (Studi Kasus Pada Usaha Sablon HMTN Industries)” yang ditulis Oleh Aris Fauzi Nurfarichi, NIM 126405201085, pembimbing: Dr. Syamsul Umam, S.H.I.,M.H.

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran HMTN Industries dalam meningkatkan minat beli konsumen di tengah persaingan industri sablon. Melalui pendekatan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) dan pemahaman perilaku konsumen, perusahaan berupaya menciptakan keunggulan kompetitif dengan kualitas produk unggul, harga kompetitif, distribusi luas, dan promosi efektif. Penelitian ini bertujuan memberikan wawasan tentang strategi pemasaran berbasis pelanggan untuk mendorong daya tarik produk dan volume penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yang dilakukan oleh HMTN Industries, sebuah usaha sablon kaos rumahan, dalam upaya meningkatkan minat beli masyarakat. Strategi pemasaran 4P dipilih sebagai kerangka analisis untuk melihat bagaimana setiap elemen pemasaran diterapkan di tingkat usaha mikro, khususnya dalam konteks persaingan di era digital dan *e-commerce*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh HMTN Industries dalam meningkatkan minat beli konsumen. Penelitian dilakukan di Kabupaten Tulungagung melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh data primer dan sekunder yang valid. Teknik triangulasi digunakan untuk memastikan keabsahan data, dengan membandingkan data dari berbagai sumber dan metode.

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran 4P oleh HMTN Industries terbukti cukup efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen. Pada aspek *Produk*, layanan *custom* yang ditawarkan berhasil menarik minat konsumen yang menginginkan desain eksklusif. Pada aspek *Harga*, penerapan harga kompetitif dan program loyalitas mampu meningkatkan pembelian berulang dari pelanggan setia. Pada aspek *Distribusi*, penggunaan platform *e-commerce* dan media sosial memperluas jangkauan pasar, meskipun terdapat kendala dalam memenuhi permintaan pengiriman cepat untuk produk *custom*. Pada aspek *Promosi*, kolaborasi dengan mikro-influencer dan konten media sosial secara efektif meningkatkan *brand awareness* meskipun dengan anggaran terbatas.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran 4P, Minat Beli, Usaha Mikro, Sablon Kaos, HMTN Industries, E-commerce**

## ABSTRACT

*Thesis with the title "Analysis of Product Marketing Strategy in Efforts to Increase People's Buying Interest (Case Study of the HMTN Industries Screen Printing Business" written by Aris Fauzi Nurfarichi, NIM 126405201085, supervisor: Dr. Syamsul Umam, S.H.I., M.H.*

*This study analyzes the marketing strategy of HMTN Industries in increasing consumer purchase interest amidst competition in the screen printing industry. Through the 4P approach (Product, Price, Place, Promotion) and understanding consumer behavior, the company strives to create competitive advantages with superior product quality, competitive pricing, broad distribution, and effective promotion. This research aims to provide insights into customer-oriented marketing strategies to boost product appeal and sales volume.*

*The purpose of this study is to analyze the implementation of the 4P marketing strategy (Product, Price, Place, Promotion) conducted by HMTN Industries, a home-based screen printing business, in its effort to increase consumer purchase interest. The 4P marketing strategy is chosen as an analytical framework to examine how each marketing element is applied at the micro-enterprise level, particularly in the context of competition in the digital and e-commerce era.*

*This study employs a qualitative approach with descriptive analysis to evaluate the marketing strategies implemented by HMTN Industries to enhance consumer purchase interest. The research was conducted in Tulungagung Regency through interviews, observations, and documentation to obtain valid primary and secondary data. Triangulation techniques were used to ensure data validity by comparing information from various sources and methods.*

*The study concludes that the implementation of the 4P marketing strategy by HMTN Industries has proven to be quite effective in increasing consumer purchase interest. In terms of Product, the custom services offered successfully attract consumers seeking exclusive designs. For Price, competitive pricing and loyalty programs significantly boost repeat purchases from loyal customers. Regarding Place, the use of e-commerce platforms and social media expands market reach, although challenges remain in meeting quick delivery demands for custom products. In terms of Promotion, collaborations with micro-influencers and social media content effectively enhance brand awareness despite limited budgets.*

**Keywords:** *4P Marketing Strategy, Purchase Interest, Micro-Enterprise, Screen Printing, HMTN Industries, E-commerce*