

ABSTRAK

M ASRUL, 2024, Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada yotta cabang pallangga kabupaten gowa. *Skripsi*. 2024. Jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis, universitas muhammadiyah makassar. Dibimbing oleh ibu Agusdiwana Suarni S.E., M.Acc sebagai pembimbing 1 dan Bapak Nasrullah SE., MM sebagai Pembimbing 2

Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Dalam teori pemasaran yang dikemukakan oleh Kasmir dan Fandy Tjiptono, strategi pemasaran yang dilakukan menggunakan 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), proses (*process*), dan tempat (*place*). Semua aspek 4P telah diterapkan oleh Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo, akan tetapi hal ini belum berjalan maksimal di Toko Mebel Farid Rohman faktanya di dalam menarik minat beli konsumen masih terlihat sulit untuk mendapatkan para konsumen.

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini antara lain observasi dan wawancara. Teknik pengolahan data dengan melalui dua tahap yaitu reduksi data dan penyajian data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh toko Yotta Cabang Pallangga sudah baik dengan memanfaatkan media online misalnya seperti WhatsApp, Facebook dan Instagram serta secara offline dari mulut ke mulut. Akan tetapi semua strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Toko Mebel Farid Rohman baik secara online maupun offline dampaknya masih sulit dalam menarik minat beli konsumen

Kata kunci: Strategi Pemasaran dan Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

M ASRUL, 2024, Analysis of marketing strategies in increasing the number of customers at Yotta Pallangga branch, Gowa district. Thesis. 2024. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Makassar. Supervised by Mrs. Agusdiwana Suarni S.E., M.Acc as supervisor 1 and Mr. Nasrullah SE., MM as supervisor 2

Marketing strategy is a strategy used by companies producing goods or services on an ongoing basis to win market competition on an ongoing basis. In the marketing theory put forward by Kasmir and Fandy Tjiptono, the marketing strategy used is 4P, namely product, price, process and place. All aspects of 4P have been implemented by the Farid Rohman Ponorogo Furniture Store, however this has not been implemented optimally at the Farid Rohman Furniture Store. In fact, in attracting consumer buying interest, it still seems difficult to get consumers.

The type of research used by the author is field research, using a qualitative approach. The techniques used in collecting data in this research include observation and interviews. The data processing technique goes through two stages, namely data reduction and data presentation.

The research results show that the marketing strategy implemented by the Yotta Pallangga Branch shop is good by utilizing online media such as WhatsApp, Facebook and Instagram as well as offline word of mouth. However, all the marketing strategies that have been implemented by the Farid Rohman Furniture Store, both online and offline, are still difficult to attract consumer buying interest.

Keywords: Marketing Strategy and Consumer Purchase Interest