

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dalam menarik minat pembeli pada toko bangunan Intan Jaya di Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan kuesioner dan wawancara semistruktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dalam menarik minat pembeli pada toko bangunan Intan Jaya yang digunakan sesuai dengan teori bauran pemasaran, jika di lihat dari relationship, komunikasi pemasaran dan cara pembayarannya. Teori bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Dalam minat pembeli, dari minat transaksional, minat refrensial, minat prefensial dan minat eksploratif, maka lima Informan yang dilakukan wawancara. Empat Informan masih tertarik menjadi konsumen tetap, karena toko bangunan Intan Jaya memberikan kepuasan kepada konsumen yang membeli barang bangunan. Sedangkan satu Informan menyatakan tidak tertarik dengan alasan stok barang bangunan sering habis. Rekomendasi yang penulis sarankan yaitu dalam membuka suatu usaha harus sesuai dengan strategi pemasaran, sehingga akan menarik minat pembeli.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Minat Pembeli, Toko Bangunan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the marketing strategy in attracting buyers at the Intan Jaya building store in Batang Asam District, West Tanjung Jabung Regency, Jambi Province. The type of research used is descriptive qualitative research using questionnaires and semi-structured interviews. The results of the study show that the marketing strategy in attracting buyers' interest in the Intan Jaya building store used is in accordance with the marketing mix theory, when viewed from relationships, marketing communications and methods of payment. The marketing mix theory is product, price, place and promotion. In terms of buyer interest, from transactional interest, referential interest, preferential interest and explorative interest, five informants were interviewed. Four informants are still interested in becoming regular customers, because the Intan Jaya building store provides satisfaction to consumers who buy building goods. Meanwhile, one informant stated that he was not interested because the stock of building goods often ran out. The recommendation that the author suggests is that in opening a business it must be in accordance with the marketing strategy, so that it will attract buyers.

Keywords: Marketing Strategy, Buyer's Interest, Store Building.