

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor penghambat dan pendukung strategi pemasaran dalam meningkatkan minat beli konsumen air galon Depot Habib Water Di Perumahan Heloconia Desa Sungai Duren dan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan minat beli konsumen air galon Depot Habib Water di Perumahan Heloconia Desa Sungai Duren. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif melalui pendekatan analisis SWOT. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Dengan menerapkan berbagai elemen strategi pemasaran, Depot Air Minum Isi Ulang Habib Water berupaya meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar, sehingga dapat terus berkembang dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik.

Kata Kunci: Strategi, Minat Beli Konsumen, Pemasaran.

ABSTRACT

The aim of this research is to determine and analyze the factors inhibiting and supporting marketing strategies in increasing consumer buying interest in gallon water at the Habib Water Depot in Heloconia Housing, Sungai Duren Village and to find out and analyzing marketing strategies in increasing consumer buying interest in gallon water at the Habib Water Depot. at Heloconia Housing in Sungai Duren Village. The data used in this research are primary and secondary data. The research method used is qualitative research using a SWOT analysis approach. The results of this research reveal that by implementing various marketing strategy elements, Habib Water Refillable Drinking Water Depot seeks to increase sales and expand market share, so that it can continue to develop and meet consumer needs well.

Keywords: *Strategy, Consumer Purchase Interest, Marketing*