

## ABSTRAK

**Normayani. 2018.** *Strategi Marketing dalam Meningkatkan Minat Konsumen (Studi Kasus Cangkir Coffee Kabupaten Banjar)* Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Pati Matujahra, S.Ag.,MSI (II) Hariyanto, SE.,MM.

**Kata kunci :** Strategi *Marketing*, dan Minat Konsumen

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan usaha cafe cangkir coffee Kabupaten Banjar, yang semakin hari semakin berkembang pesat dan ramai dikunjungi oleh para pelanggan. Cafe ini cukup strategis dan sederhana namun sangat, hanya dalam waktu 3 tahun 6 bulan cangkir coffee sudah bisa membuka 2 cabang di Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing* cangkir coffee dalam meningkatkan minat konsumen dan untuk mengetahui kendala strategi *marketing* cangkir coffee dalam meningkatkan minat konsumen Kabupaten Banjar.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, lokasi penelitian ini adalah Kabupaten Banjar. Subjek penelitian ini adalah pemilik cangkir coffee Kabupaten Banjar adapun yang menjadi objek penelitiannya adalah cangkir coffee dan Pengumpulan data dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik observasi, *interview* dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan yaitu strategi marketing yang diterapkan cangkir coffee Kabupaten Banjar dengan menggunakan bauran pemasaran 7P yaitu, strategi produk yang menawarkan berbagai macam produk sebagai suatu pilihan kepada para konsumen menambahkan inovasi menu-menu baru disetiap 3-4 bulan, strategi harga yang ditetapkan disesuaikan dengan harga yang paling standar, strategi promosi yang dilakukan melalui media online instagram dan mulut kemulut, strategi tempat menyediakan tempat parkir dengan lahan parkir yang luas, dan tempat cafe yang *outdoor*, strategi orang yaitu dengan melayani konsumen dengan ramah, sopan dan respon yang cepat, strategi proses seperti peningkatan kinerja karyawan, kecepatan pelayanan dan kecepatan dalam melakukan transaksi, strategi bukti fisik yang mengenai tempat dan fasilitas yang lengkap. Kendala yang dihadapi yaitu mengenai iklim atau cuaca yang tidak menentu, dan seringkali ada keluhan konsumen mengenai proses pemesanan.