

**STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN  
MINAT KONSUMEN  
(Studi Kasus Cangkir Coffee Kabupaten Banjar)**

**SKRIPSI**

**Oleh :  
NORMAYANI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
BANJARMASIN  
2019 M/1440 H**

**STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN  
MINAT KONSUMEN  
(Studi Kasus Cangkir Coffee Kabupaten Banjar)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Guna Mencapai  
Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam**

**Oleh :**

**NORMAYANI  
NIM : 1401151453**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
BANJARMASIN  
2019 M/1440 H**

## **PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Normayani  
Nim : 1401151453  
Tempat dan Tanggal Lahir : Banjarmasin, 10 Mei 1996  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 10 Februari 2019

Yang Membuat Pernyataan

Normayani

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Strategi *Marketing* Dalam Meningkatkan Minat Konsumen (Studi Kasus Cangkir Coffee Kabupaten Banjar)  
Ditulis oleh : Normayani  
NIM : 1401151453  
Program : Strata Satu (S-1)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Tahun Akademik : 2018/2019  
Tempat dan Tanggal Lahir : Banjarmasin, 10 Mei 1996  
Alamat : Jln.Pekauman GG Jema'ah I Rt.09 No.18 Banjarmasin

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 13 Februari 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Pati Matu jahra, S.Ag.,MSI  
NIP. 197404182002122001

Hariyanto, SE.,MM\_  
NIP. 197910272005011004

Mengetahui:  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Antasari Banjarmasin

Rohana Faridah,SE.,MM.  
NIP.19780427200901201

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: “Strategi Marketing dalam Meningkatkan Minat Konsumen (Studi Kasus Cangkir Coffee Kabupaten Banjar)”. ditulis oleh Normayani, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 27 Maret 2019

Dinyatakan LULUS dengan Nilai predikat : 83,9 (A)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Antasari Banjarmasin

Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI  
NIP . 196006091988031003

### Tim Penguji

<b>Nama</b>	<b>TandaTangan</b>
1. Dra. Naimah, MH.	1.
2. Pati Matu Jahra, S.Ag., MSI.	2.
3. Hariyanto, SE, MM.	3.
4. Ilham Akbar, SH, M.Kn.	4.

## 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.

**MOTTO**

Percaya dan yakin bahwa  
Selalu ada Allah untuk orang yang sabar dan selalu ada  
jalan Allah untuk orang yang berusaha

## **KATA PERSEMBAHAN**

Tak lupa sujud syukur ku persembahkan kepadamu Tuhan yang Maha Agung yang Maha Tinggi yang Maha Adil yang Maha Penyayang, serta shalawat dan salam tak lupa pula ku haturkan keharibaan Nabi Besar Muhammad Saw.

Karya kecilku yang pertama ini aku persembahkan untuk keluargaku yaitu Ibunda tercinta (HJ. Mariam) yang selalu mendoakan aku setiap saat, Ayahanda tercinta (Alm. H. Achmad Yunani) yang mengajarkan aku menjadi orang yang tegar dan anak yang suka menolong orang yang kesusahan, Kaka (Nani Mariani, Emmy Yuliani, Agustina Ariani) yang menjadi saudari terbaikku. Tante tercinta (Noor Jenah) dan keponakan (Alya, ZainidanGhina).

Terimakasih aku ucapkan kepada dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Dosen Pembimbing I (Pati Matu jahra, S.Ag.MSI) dan Dosen Pembimbing II (Hariyanto, SE,MM) dan semua dosen yang selama ini telah membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat.

Terimakasih aku ucapkan kepada sahabat-sahabatku Annisa Fitri, Nurul Ekawati Ramadhaniah, Okta Rizka Putri Cahyani, Hafizah, Agnes Stephani dan Halimah. Aku ucapkan terimakasih yang tidak terhingga atas semua jasa dan pengorbanan kalian, yang telah banyak kenangan yang kita ukir bersama sehingga sulit aku lupakan. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat untuk orang banyak sehingga dapat menjadi amal jariyah. Amin

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	ba`	<b>B</b>	Be
ت	ta`	<b>T</b>	Te
ث	ša`	<b>š</b>	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	<b>J</b>	Je
ح	ha`	<b>ḥ</b>	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha`	<b>Kh</b>	Ka dan ha
د	Dal	<b>D</b>	De
ذ	Žal	<b>Ž</b>	zet (dengan titik di atas)
ر	ra`	<b>R</b>	Er
ز	Zai	<b>Z</b>	Zet
س	Sin	<b>S</b>	Es
ش	Syin	<b>Sy</b>	es dan ye
ص	Šad	<b>š</b>	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	<b>ḍ</b>	de (dengan titik di bawah)

ط	ṭa`	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za`	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa`	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	ha`	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	ya`	Y	Ye

### B. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

متعقدين	Ditulis	<i>muta‘aqqidīn</i>
عدّة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

### C. Tā’marbūtah

1. Apabila dimatikan ditulis h.

Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya.

Contoh: هبة ditulis *hibah*

2. Apabilata'marbūtah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t.

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *Karāmatul-aulyā'*

#### D. Vokal Pendek

◌ِ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
◌َ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
◌ُ	Dammah	Ditulis	<i>U</i>

#### E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	<i>Ā</i> <i>Jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya'mati يسعى	Ditulis	<i>Ā</i> <i>yas'ā</i>
3	Kasrah + ya'mati كريم	Ditulis	<i>Ī</i> <i>Karīm</i>
4	Dammah + wawu mati فروض	Ditulis	<i>Ū</i> <i>furūd</i>

#### F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya'mati بينكم	Ditulis	<i>Ai</i> <i>Bainakum</i>
---	---------------------------	---------	------------------------------

#### G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof ( ' )

Contoh: أنتم ditulis *a'antum*.

#### H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*  
Contoh: القلم ditulis *al-qalamu*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf *al-* diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.  
Contoh: الشمس ditulis *al-syamsu* (baca: asy-syamsu)

### I. Kata dalam Rangkaian Frasa atau Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: في القرآن الكريم ditulis *fi al-Qur'ān al-karīm*.

### J. Huruf Kapital

Penulisan huruf kapital atau besar disesuaikan dengan EYD.

Contoh: وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ ditulis *Wa mā Muhammadun illā rasūlun*.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang hilang, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ – *Nasrum minallāhi wa fathun qarīb*

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا – *Lillāhi al-amru jamī'an*

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ – *Wallāhu bikulli syai'in 'alīmun*

### K. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Swt. Karena atas rahmat, hidayah dan inayah-Nya jualah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: Strategi Marketing dalam Meningkatkan Minat Konsumen (studi kasus Cangkir Coffee Kabupaten Banjar) yang merupakan tugas akhir bagi setiap mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya di UIN Antasari Banjarmasin.

Shalawat dan salam selalu penulis haturkan keharibaan Nabi Besar, Muhammad Saw. Rasul sekaligus Nabi Terakhir yang diutus oleh Allah Swt ke dunia untuk menyelamatkan manusia dari kegelapan dan kezhaliman, tak lupa juga untuk para sahabat, dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penulis menyadari, dalam tahap penyusunan naskah skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini memberikan apresiasi setinggi-tingginya dan mengucapkan terimakasih yang tak terhingga atas bantuan, bimbingan serta perhatian yang diberikan kepada penulis selama pembuatan karya tulis ini. Ucapan terimakasih ini terutama penulis haturkan kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang berkenan menyetujui dan menerima skripsi ini.
2. Ketua Prodi Ekonomi Syariah yang telah memberikan kemudahan demi kelancaran dalam proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Ibu Pati Matu jahra, S.Ag.,MSI selaku pembimbing I dan Bapak Hariyanto,SE.,MM Selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan

waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan karya tulis ini.

4. Bapak Rizki Abdi Nugroho selaku pemilik Cangkir Coffee, yang telah memberikan izin melakukan penelitian serta arahan dan dukungan di lapangan, dan semua karyawan yang telah memberikan waktu dan data yang diperlukan dalam penelitian ini.
5. Perpustakaan pusat UIN Antasari Banjarmasin dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta semua karyawan dan karyawan UIN Antasari Banjarmasin yang banyak membantu penulis dalam melengkapi yang diperlukan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin atas bimbingan dan asuhan akademik selama proses perkuliahan penulis hingga sekarang.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karenanya penulis sangat mengharapkan datangnya kritik dan saran guna penyempurnaan pembuatan karya ilmiah ini.

Akhirnya, semoga karya tulis yang telah penulis susun ini dapat bermanfaat bagi semua dan mendapat ridho Allah Swt. Aamiin Ya Robbal Alamiin.

Banjarmasin, 10 Februari 2019

Normayani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Signifikansi Penelitian .....	8
E. Definisi Operasional .....	8
F. Kajian Pustaka .....	10
G. Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II Teori Strategi Pemasaran Dan Minat</b> .....	<b>15</b>
A. Strategi Pemasaran .....	15
1. Pengertian Strategi .....	15
2. Pengertian Pemasaran .....	16
3. Konsep Pemasaran .....	18
4. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	20
B. <i>Marketing</i> Syariah .....	29
1. karakteristik Pemasaran Syariah .....	30
2. Nilai-nilai Pemasaran Syariah .....	33
C. Minat konsumen .....	37
1. Mengertian Minat konsumen .....	37

2. Macam-Macam Minat .....	39
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	41
B. Lokasi Penelitian .....	41
C. Data dan Sumber Data .....	42
D. Teknik Pengumpulan Data .....	43
E. Teknik Pengolahan Data.....	44
F. Teknik Analisis Data .....	45
G. Tahapan Penelitian.....	47
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>49</b>
A. Penyajian Data .....	49
B. Rekapitulasi data dalam Bentuk Matrik.....	53
C. Analisis Data.....	55
1. Strategi <i>marketing</i> Cangkir Coffee Kabupaten Banjar dalam meningkatkan minat konsumen .....	54
2. Kendala-kendala strategi <i>marketing</i> Cangkir Coffee Kabupaten Banjar dalam meningkatkan minat konsumen..	67
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
A. Simpulan .....	70
B. Saran-Saran .....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	77
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	83

## DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hlm
Tabel 3.1	Matriks SWOT .....	45
Tabel 4.2	Matriks .....	53
Table 4.3	Matriks analisis SWOT .....	64