ABSTRAK

Nurul Ekawati Ramadhaniah. 2018. *Strategi Produk Kue Kering "NOOR" Di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Pembimbing: (1) Zaki Mubarak, S.E., M.SI (2) Pari Matu Jahra, S.Ag., M.SI.

Kata kunci : Strategi Produk

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan usaha kue kering "NOOR" di kota Banjarmasin, yang semakin hari semakin berkembang dan ramai dibeli konsumen dalam kurun waktu 1 tahun bisa mempunyai karyawan lebih dari tahun pertama baru membangun produk kue kering "NOOR".

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk kue kering "NOOR" terhadap penetapan harga dan juga untuk mengatahui kendala apa saja yang dihadapi produk kue kering "NOOR" dalam menetapkan harga.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, lokasi penelitian ini di kota Banjarmasin. Subjek penelitian ini adalah produsen yang memproduksi kue kering Noor dan karyawan yang bekerja di produk kue kering "NOOR" dan adapun objek penelitian ini adalah kue kering Noor di kota Banjarmasin. Pengumpulan data dalam penelitian ini penulis mengambil teknik observasi, wawancara (*interview*), dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwasanya produk kue kering "NOOR" yang diterapkan 4P (*Product, Promotion, Price, and* Place) dan teori Strategi Generik Porter. Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan, keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kendala yang sering terlihat terjadi pada produk kue kering "NOOR" ialah dari faktor cuaca, mesin/alat, mobil operasional, dan karyawan. Penetapan harga yang terlalu memperhatikan biaya, harga yang tidak direvisi cukup sering sesuai perubahan pasar, harga yang tidak mempertimbangkan bauran pemasaran yang lain, tidak adanya variasi harga untuk produk, segmen pasar, dan kesempatan pembelian yang berbeda.