

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "**Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Toko Moondo Home Baked And Kitchen Di Kota Bukittinggi**" yang disusun oleh **Dean Permata Rizki** dengan Nim **3722012**. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Industri kuliner, khususnya bidang *bakery and pastry*, merupakan sektor yang sangat dinamis dan kompetitif, menuntut pelaku usaha untuk memahami perilaku konsumen demi keberlangsungan bisnis. Toko Moondo Home Baked And Kitchen menghadapi tantangan berupa fluktuasi penjualan dan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap *branding* toko sejak beralih dari sistem penjualan *online* ke toko *offline*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kendala-kendala dalam strategi pemasaran serta menganalisis penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dilakukan untuk menarik minat beli konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui survey data, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pemilik Toko Moondo Home Baked And Kitchen sebagai informan kunci serta konsumen sebagai informan pendukung. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian mengungkapkan beberapa kendala utama, yaitu lokasi toko yang kurang strategis karena tertutup bangunan lain, promosi yang belum optimal di platform seperti TikTok dan untuk fasilitas fisik serta kemasan produk yang masih bisa ditingkatkan. Dari sisi penerapan, Toko Moondo Home Baked And Kitchen telah mengimplementasikan elemen bauran pemasaran yang meliputi produk berkualitas, harga kompetitif, pelayanan ramah oleh pemilik, proses transaksi yang sistematis, serta penyediaan berbagai metode pembayaran (tunai, transfer, dan QRIS). Meskipun kualitas produk, harga, pelayanan, dan pembayaran dinilai baik, pengoptimalan pada aspek lokasi, intensitas promosi digital diperlukan untuk meningkatkan daya tarik dan minat beli konsumen secara signifikan di masa mendatang.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Minat Beli, Bauran Pemasaran.