

## ABSTRAK

**Alfiyan Qotrun Nada**, 2021, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Industri UD. Tempe Pak Heri, Kabupaten Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Madura Pamekasan, Pembimbing: Reza Mubarak, M.Si.

**Kata Kunci:** *Strategi Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Promosi dan Tempat.*

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, membuat konsumen membeli bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap *image* suatu produk. Oleh karena itu bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial didalam memasarkan suatu produk. Strategi bauran pemasaran yaitu: produk, harga, promosi dan tempat sangat berperan terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan akan permintaan barang. Peranan penetapan harga dan promosi penjualan sangat penting terutama untuk membangun komitmen dan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah hasil yang didapat dari organisasi yang menciptakan manfaat kepada pelanggannya, sehingga mereka akan tetap melakukan pembelian dan bahkan meningkatkna pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan yang bersifat kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Informannya adalah pemilik dari industri UD. Tempe Pak Heri, karyawan dan pelanggan tetap.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *pertama*, strategi bauran pemasaran di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan melakukan pengembangan pada produk (*produk*), harga (*place*), dan promosi (*promotion*). *Kedua*, strategi bauran pemasaran yang dilakukan di UD. Tempe Pak Heri Kabupaten Pamekasan dalam meningkatkan minat beli konsumen yaitu memperhatikan pada 1) starategi produk, dengan cara menghasilkan produk yang baik dan berkualitas. 2) staretgi harga, dengan cara menetapkan pada setiap produk dengan harga terjangkau mulai dari kisaran harga Rp. 3500, 4000, sampai dengan 4500. 3) strategi promosi, dengan cara melakukan promosi secara *online* atau memanfaatkan sosial media sebagai sarana penjualan serta melakukan promosi secara langsung kepada pelanggan.