

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data Penelitian

##### 1. Deskripsi Data Penelitian tentang Bagaimana Pelaksanaan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat beli pada konsumen di Toko Anugerah Kudus

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada Bapak Arif Suhadiyanto selaku yang pemilik dan pengelola toko anugerah ini menyatakan bahwa dalam menjalankan usaha selama ini tidak memiliki strategi pemasaran khusus yang mereka gunakan, kegiatan pemasaran yang dijalankan oleh mereka adalah ide-ide yang timbul dari pemikiran mereka, tanpa terlebih dahulu melakukan sebuah pelatihan khusus. awalnya hanya berencana dan menjalankan strategi pemasaran sesuai dengan situasi dan kondisi kebutuhan masyarakat saat ini akan perlengkapan alat-alat rumah tangga.<sup>88</sup> Adapun tahap-tahapan dalam menerapkan strategi pemasaran yang digunakan dalam menjalankan usaha toko ini yaitu sebagai berikut:

Yang *pertama*, mengenalkan produk pasar, Bapak Arif Suhadiyanto selaku yang pemilik dan pengelola toko anugerah ini menyatakan bahwa dalam memasarkan suatu produk, hal paling inti adalah memastikan bahwa kita telah meriset dan mengenal target konsumen dengan baik. Hal ini akan mengantarkan kita pada kesesuaian antara apa yang dimiliki oleh produsen dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Pada tahap ini produk yang di tawarkan konsumen yaitu barang-barang peralatan rumah tangga.<sup>89</sup>

Yang *kedua*, *Markeeting Mix*, Bapak Arif Suhadiyanto selaku yang pemilik dan pengelola toko anugerah ini menyatakan bahwa yang mana *markeeting mix* meliputi 7P, hal tersebut dilakukan guna upaya dalam memaksimalkan strategi pemasaran produk dari toko Anugerah ini. Pada tahap ini terfokus akan produk yang kita tawarkan ke pasar, kualitas produk menjadi hal yang paling utama dalam menarik dan meningkatkan minat beli konsumen, itu dikarenakan produk merupakan sesuatu yang dilihat

---

<sup>88</sup> Bapak Arif Suhadiyanto, Selaku Pemilik Toko Anugerah, Wawancara Dengan Penulis Pada 29 September 2022, Pada Pukul 09.00 WIB, Di Kantor Toko Anugerah, Wawancara 1, Transkrip

<sup>89</sup> Bapak Arif Suhadiyanto, Selaku Pemilik Toko Anugerah, Wawancara Dengan Penulis Pada 29 September 2022, Pada Pukul 09.30 WIB, Di Kantor Toko Anugerah, Wawancara 1, Transkrip.

konsumen dari sebuah brand, tidak peduli seberapa bagus suatu brand jika produk brand tersebut tidak dapat memenuhi keinginan konsumen, maka konsumen tidak akan melakukan konversi.<sup>90</sup>

Yang ketiga, Promosi, dalam upaya menjual sebuah produk, maka harus ada upaya seperti mempromosikan produk dengan cara pemanfaatan manual maupun media sosial. Cara ini dapat dilakukan dengan membuat blog atau semacamnya yang secara kontinyu memberikan informasi bermanfaat bagi konsumen melalui media sosial atau dapat juga dari mulut ke mulut. Meskipun tidak langsung menghasilkan, tetapi metode ini dapat mendekatkan konsumen kepada brand. Tidak sampai di situ, brand juga dapat memberikan informasi atau pengetahuan kepada konsumen melalui sosial media resmi.<sup>91</sup>

Yang keempat, meningkatkan *Brand awareness*. Pada tahap ini upaya yang dilakukan meningkatkan *brand awareness* pada Toko Anugerah Kudus yang sesuai yaitu: mengetahui *positioning* (posisi) dan *buyer personality* (kebutuhan pembeli) yang tepat. Selanjutnya yaitu Fokus pada membangun karakteristik dari produk yang akan dijual. Memanfaatkan seluruh media sosial maupun manual untuk pemasaran secara berkala, jangan terlalu sering karena akan mengakibatkan titik jenuh konsumen terhadap produk yang di promosikan.<sup>92</sup>

Jadi, dari hasil penelitian pada tahap ini yaitu strategi pemasaran di Toko Anugerah Kudus yaitu usaha yang dilakukan dalam menjual produk ini (Peralatan Rumah Tangga) menggunakan media sosial maupun Manual sebagai bahan promosi.

Bapak Arif Suhadiyanto selaku yang pemilik dan pengelola toko anugerah ini mengatakan bahwa selain menggunakan strategi pemasaran, juga terfokus mengenai kualitas pelayanan di Toko Anugerah Kudus, termasuk juga adanya pendukung pada kualitas pelayanan. Antara lain yaitu mengenai bukti fisik, hal ini menjelaskan bahwa Toko Anugerah kudus ini sudah terbukti

---

<sup>90</sup> Bapak Arif Suhadiyanto, Selaku Pemilik Toko Anugerah, Wawancara Dengan Penulis Pada 29 September 2022, Pada Pukul 09.45 WIB, Di Kantor Toko Anugerah, Wawancara 1, Transkrip.

<sup>91</sup> Bapak Arif Suhadiyanto, Selaku Pemilik Toko Anugerah, Wawancara Dengan Penulis Pada 29 September 2022, Pada Pukul 09.50 WIB, Di Kantor Toko Anugerah, Wawancara 1, Transkrip.

<sup>92</sup> Bapak Arif Suhadiyanto, Selaku Pemilik Toko Anugerah, Wawancara Dengan Penulis Pada 29 September 2022, Pada Pukul 09.59 WIB, Di Kantor Toko Anugerah, Wawancara 1, Transkrip.

dengan adanya Toko yang beralamat 6R2W+R34, Candi Lor, Singo Candi, Kecamatan kota Kudus, Kabupaten Kudus 59314, di toko ini terdapat juga fasilitas yang mendukung seperti tersedia tempat parkir dan menerapkan budaya pelayanan 5S (senyum, salam, sapa, sopan dan santun). Selain bukti fisik, terdapat juga mengenai keadaan. Dijelaskan bahwa keadaan pada tahap ini yaitu produk yang di tawarkan beraneka ragam kebutuhan perlengkapan rumah tangga. Lalu daya tanggap kepada konsumen cukup baik, dengan memaksimalkan pelayanan kepada konsumen, dapat menerima masukan baik secara kritik maupun saran.<sup>93</sup>

## **2. Deskripsi Data Penelitian tentang Hambatan-Hambatan Apa Saja Yang Terjadi dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Minat Beli pada Konsumen di Toko Anugerah Kudus**

Berdasarkan hasil data yang disampaikan oleh Bapak Arif Suhadiyanto selaku yang pemilik dan pengelola toko anugerah dalam wawancara mengatakan bahwa Setiap usaha ada yang namanya hambatan, begitupun yang pada Toko Anugerah ini. Dalam meningkatkan penjualan dengan mengimplementasikan strategi pemasaran serta kualitas dalam pelayanan, toko anugerah ini menghadapi beberapa hambatan.<sup>94</sup> Dalam menjalankan strategi pemasaran tidaklah mudah, pasti terdapat berbagai hambatan yang terjadi yang dapat memberikan pengaruh terhadap kegiatan pemasaran perusahaan. Diantaranya yaitu:<sup>95</sup>

*Pertama*, yaitu Persaingan, pada tahap ini Bapak Arif Suhadiyanto menjelaskan bahwa hambatan yang terjadi dalam menerapkan strategi pemasaran yaitu pesaing. Tidak bisa dipungkiri bahwa dalam dunia bisnis, hal yang paling sering terjadi yaitu sebuah persaingan dalam memasarkan sebuah produk yang ada di toko anugerah ini, karena itu salah satu hambatan yang tergolong lumayan sulit dalam memasarkan produk atau barang di toko ini.

---

<sup>93</sup> Bapak Arif Suhadiyanto, Selaku Pemilik Toko Anugerah, Wawancara Dengan Penulis Pada 29 September 2022, Pada Pukul 10.09 WIB, Di Kantor Toko Anugerah, Wawancara 1, Transkrip.

<sup>94</sup> Bapak Arif Suhadiyanto, Selaku Pemilik Toko Anugerah, Wawancara Dengan Penulis Pada 29 September 2022, Pada Pukul 10.19 WIB, Di Kantor Toko Anugerah, Wawancara 1, Transkrip.

<sup>95</sup> Bapak Arif Suhadiyanto, Selaku Pemilik Toko Anugerah, Wawancara Dengan Penulis Pada 29 September 2022, Pada Pukul 10.31 WIB, Di Kantor Toko Anugerah, Wawancara 1, Transkrip.

*Kedua*, yaitu Harga, dalam menentukan sebuah harga pemilik toko masih mempertimbangkannya, dikarenakan harga merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan tingkat keberhasilan dalam pemasaran maupun keuntungan.

Selain hambatan pada pemasaran, terdapat juga bagian dalam meningkatkan kualitas pelayanan, hal tersebut sering terjadi, antara lain yaitu:

Pertama, yaitu kurangnya penerapan 5S pada konsumen, pada tahap ini Bapak Arif Suhadiyanto menjelaskan bahwa hambatan yang terjadi dalam memberikan pelayanan masih kurang maksimal, seperti bersikap cuek dalam melayani pelanggan. Hal tersebut menjadi hambatan yang sangat penting dikarenakan konsumen merasa tidak nyaman sehingga dapat menurunkan minat beli konsumen di toko anugerah ini.

*Kedua*, yaitu Ke-peka-an (Lemah daya tanggap), tahap ini dijelaskan bahwa lemahnya daya tanggap produsen terhadap konsumen mengakibatkan konsumen merasa tidak puas, tindakan seperti itu akan semakin besar mengurangi tingkat minat beli konsumen.

### **3. Deskripsi Data Penelitian tentang Langkah apa saja yang dilakukan dalam mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi pada proses pelaksanaan penerapan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat beli pada konsumen di Toko Anugerah Kudus**

Menjalankan sebuah usaha pastinya ada hambatan baik tingkat hambatan kecil ataupun besar, karena hal seperti itu cepat atau lambat akan mengalami kerugian besar bahkan sampai fatal. Maka dari itu diperlukan langkah-langkah yang tepat dan efektif dalam mengatasi hambatan tersebut. Menurut Bapak Arif Suhadiyanto selaku pemilik dan pengelola toko anugerah ini menjelaskan langkah-langkah dalam mengatasi hal tersebut, antara lain yaitu:<sup>96</sup>

*Pertama*, Menjaga Kualitas Produk yang dijual di Toko Anugerah. Kualitas produk yang di pasarkan harus memang benar-benar bagus, dikarenakan konsumen akan lebih percaya dengan toko anugerah dalam membeli produk si situ, hal tersebut tidak dapat di pungkiri akan menarik serta meningkatkan minat beli konsumen di toko anugerah kudus ini.

---

<sup>96</sup> Bapak Arif Suhadiyanto, Selaku Pemilik Toko Anugerah, Wawancara Dengan Penulis Pada 29 September 2022, Pada Pukul 10.44 WIB, Di Kantor Toko Anugerah, Wawancara 1, Transkrip.

*Kedua*, Harga Produk di Toko Anugerah, harga dalam penjualan merupakan hal yang terpenting. Hal tersebut dapat dikatakan sangat penting dikarenakan menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keuntungan yang di dapat serta lebih menekankan kepuasan konsumen agar minat beli konsumen di toko Anugerah ini sangat besar.

*Ketiga*, Promosi. Penerapan strategi pemasaran dalam sebuah usaha seperti di toko anugerah merupakan hal yang paling terpenting, hal tersebut wajar karena tanpa adanya promosi akan lebih mengenalkan toko anugerah ini kepada elemen masyarakat.

*Ke-empat*, memberikan pelayanan yang maksimal. Kebanyakan konsumen dalam berbelanja atau yang lainnya lebih tertarik akan pelayanan yang baik dan mengesankan, hal tersebut salah satu menark konsumen.

## **B. Analisis Data Penelitian**

### **1. Analisis Data Penelitian tentang Bagaimana Pelaksanaan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat beli pada konsumen di Toko Anugerah Kudus**

Strategi pemasaran adalah himpunan asas yang secara tepat, konsisten, dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju (target market). dalam jangka panjang dan tujuan perusahaan jangka panjang (*objectives*), dalam situasi persaingan tertentu.<sup>97</sup> Diketahui dari hasil data penelitian yang sudah dijelaskan di atas, bahwa dalam mengimplementasikan strategi pemasaran yang dilakukan ditoko anugerah yaitu dengan mengenalkan produk pasar, ada juga dengan Markeeting mix, Promosi serta meningkatkan brand yang sudah ada.

Selain itu, dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen melalui strategi pemasaran terdapat juga yaitu meningkatkan kualitas pelayanan. Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.<sup>98</sup> Pelayanan berarti suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh seorang

---

<sup>97</sup> Wijaya and Iriani, "Pengaruh Citra Merk Terhadap Loyalitas Konsumen," 911

<sup>98</sup> Ratmiko and Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 2.



atau beberapa orang atau beberapa petugas yang ditujukan kepada orang lain. Dalam hal ini adalah karyawan yang memberikan pelayanan kepada *customers* atau konsumen. Dalam memberikan pelayanan kepada *customers* atau konsumen, hendaknya dapat menciptakan kesan yang positif. Kesan yang positif dapat memberikan makna, pelayanan yang diberikan dapat menciptakan rasa tenang, penuh kegembiraan dan kepuasan pada diri yang dilayani (*customers* atau konsumen). *Customers* atau konsumen akan lebih aktif dan tertarik untuk mengunjungi dan membeli produk. Oleh karena itu, harus dapat memberikan pelayanan yang bermutu.

Jadi, berdasarkan analisis data yang dilakukan peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam menjalankan strategi pemasaran serta mengedepankan kualitas pelayanan di butuhkan konsep yang matang. Seperti menjaga kualitas produk yang dijual, *Marketing Mix*, Promosi serta meningkatkan Brand, selain itu terdapat juga pelayanan yang baik.

## **2. Analisis Data Penelitian tentang Hambatan-Hambatan Apa Saja Yang Terjadi dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Minat Beli pada Konsumen di Toko Anugerah Kudus**

Jika sebuah perusahaan mengalami hambatan dalam strategi pemasarannya, hal tersebut dapat menghambat perusahaan untuk mencapai target dalam proses penjualan. Dengan adanya hambatan tersebut setiap perusahaan pasti memiliki solusi sebagai faktor pendukung agar strategi pemasaran dalam meningkatkan kualitas produk yang dijalankan tetap berjalan dengan baik dan penjualan tetap meningkat. Diketahui dari data yang sudah di deskripsika di atas yaitu hambatan dalam penerapan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan dalam menjalankan sebuah usaha. Diantaranya yaitu mengenai Persaingan, bahwa hambatan yang terjadi dalam menerapkan strategi pemasaran yaitu pesaing. Tidak bisa dipungkiri bahwa dalam dunia bisnis, hal yang paling sering terjadi yaitu sebuah persaingan dalam memasarkan sebuah produk yang ada di toko anugerah ini, karena itu salah satu hambatan yang tergolong lumayan sulit dalam memasarkan produk atau barang di toko ini.

Selain itu, hambatan yang terjadi mengenai Harga, dalam menentukan sebuah harga pemilik toko masih mempertimbangkannya, dikarenakan harga merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan tingkat keberhasilan dalam pemasaran maupun keuntungan. Hambatan selanjutnya yaitu

mengenai kurangnya penerapan 5S pada konsumen, pada tahap ini dijelaskan bahwa hambatan yang terjadi dalam memberikan pelayanan masih kurang maksimal, seperti bersikap cuek dalam melayani pelanggan. Hal tersebut menjadi hambatan yang sangat penting dikarenakan konsumen merasa tidak nyaman sehingga dapat menurunkan minat beli konsumen di toko anugerah ini. Hambatan terakhir yang Ke-peka-an (Lemah daya tanggap), tahap ini dijelaskan bahwa lemahnya daya tanggap produsen terhadap konsumen mengakibatkan konsumen merasa tidak puas, tindakan seperti itu akan semakin besar mengurangi tingkat minat beli konsumen.

Jadi, berdasarkan analisis data yang dilakukan peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam menjalankan sebuah usaha pastinya akan ada sebuah hambatan, salah satunya di toko anugerah, hambatan yang terjadi diantaranya yaitu persaingan pasar, harga, kepekaan dalam melayani konsumen. Hal tersebut merupakan beberapa hambatan yang terjadi di toko anugerah dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen.

### **3. Analisis Data Penelitian tentang Langkah apa saja yang dilakukan dalam mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi pada proses pelaksanaan penerapan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat beli pada konsumen di Toko Anugerah Kudus**

Diketahui dari hasil data wawancara yang sudah di jelaskan di atas, dalam mengatasi sebuah hambatan di perlukan langkah-langkah yang tepat, langkah yang dilakukan yaitu dengan mengedepankan atau mengutamakan menjual produk yang berkualitas, hal tersebut dikarenakan dengan produk yang berkualitas akan menarik minat beli konsumen di toko Anugerah Kudus. minat beli timbul karena sikap konsumen terhadap suatu objek atau produk, keyakinan konsumen pada kualitas produk, dimana semakin rendah keyakinan konsumen maka akan semakin rendah minat beli konsumen terhadap produk tersebut. Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat beli, karena minat beli merupakan salah satu tahap yang pada subjek yang sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Membeli adalah memperoleh sesuatu dengan membayar uang atau memperoleh sesuatu dengan membayar uang atau memperoleh sesuatu dengan pengorbanan.<sup>99</sup>

---

<sup>99</sup> Poerwadiminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, 25.

Selain itu, ada faktor harga, harga merupakan suatu elemen marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan elemen- elemen lainya hanya menimbulkan biaya. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang di dapat oleh perusahaan.<sup>100</sup> Dikarenakan apabila para pesaing dalam menetapkan harga jauh lebih murah dibanding produk yang kita tawarkan, maka dapat dipastikan pasar konsumen akan lebih mudah tertarik dan memilih produk yang harganya jauh di bawah produk yang kita tawarkan. Kecuali pasar konsumen memang bersedia membayar dengan harga tinggi untuk produk yang kita tawarkan.

Jadi, berdasarkan analisis data yang dilakukan peneliti dapat menyimpulkan bahwa langkah yang dilakukan dalam mengatasi hambatan yang terjadi yaitu dengan tetap mengedepankan kualitas produk yang baik serta harga yang relatif standart.

---

<sup>100</sup> Assauri, *Manajemen Produksi Dan Operasi* (Jakarta: FEUI, 2004), 233.