

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI  
KONSUMEN PADA KARTU INDOSAT**

**(Studi pada PT. Eratel Prima MPC Indosat Ooredoo Micro Cluster Banjarmasin)**

**Juwita Aprilia<sup>1</sup>, Pembimbing I : Husnurrofiq<sup>2</sup>, Pembimbing II : Abdurrahim<sup>3</sup>.**

<sup>1</sup>Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 16310824

<sup>2</sup>Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 1105036201

<sup>3</sup>Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 1105088902

Email : [jwtpri@gmail.com](mailto:jwtpri@gmail.com)

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah, (1) untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan PT. Eratel Prima MPC Indosat Ooredoo Micro Cluster Banjarmasin. (2) untuk mengetahui strategi apa yang seharusnya dilakukan PT. Eratel Prima MPC Indosat Ooredoo Micro Cluster Banjarmasin untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Adapun metode yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu mengumpulkan data melalui beberapa sumber data primer dengan cara wawancara langsung staf PT. Eratel Prima MPC Indosat Ooredoo Micro Cluster Banjarmasin untuk mengumpulkan data atau informasi dari sumber data sekunder seperti buku dan internet untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian diluar perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) perusahaan dalam meningkatkan minat beli konsumen menggunakan strategi marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi. Perusahaan dalam memasarkan produknya menggunakan promosi personal selling dengan pelanggan yang datang langsung ke perusahaan, dan promosi lain yang dilakukan oleh perusahaan adalah promosi melalui media periklanan (*Advertensi*) yaitu melalui media sosial seperti instagram, Facebook, WhatsApp dan lain sebagainya. (2) Adapun strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan minat beli konsumen menggunakan strategi marketing mix yaitu perusahaan memberikan produk yang berkualitas dan pelengkap inovatif tertinggi, harga yang relatif terjangkau, untuk distribusi perusahaan harus mengembangkan system outlet di daerah strategis seperti pusat perbelanjaan maupun perkantoran, perusahaan dapat menerapkan strategi promosi melalui periklanan dan publisitas seperti media televise, blog, website, dan pembuatan flayer atau brosur. Dengan dilaksanakannya strategi marketing mix yang baik dan tepat serta berkesinambungan maka perusahaan dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk

perusahaan.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran, Minat Beli

---

### ABSTRACT

The purpose of this study is, (1) to determine the marketing strategy of PT. Prima Eratel Indosat Ooredoo MPC Micro Cluster Banjarmasin. (2) to determine what strategy should the PT. Prima Eratel Indosat Ooredoo MPC Micro Cluster Banjarmasin to increase consumer buying interest.

The methods used in this thesis is to collect data through multiple sources of primary data by means of direct interviews of staff PT. Prima Eratel Indosat Ooredoo MPC Micro Cluster Banjarmasin to collect data or information from secondary data sources such as books and the internet to complete the data relating to research outside the company.

The results of this study indicate that (1) the company in increasing consumer buying interest using a strategy of marketing mix or marketing mix consisting of product, price, distribution and promotion. Companies in marketing their products using promotion personal selling with the customers who come directly to the company, and other promotions conducted by the company is the promotion through advertising media (advertisements) is through social media like instagram, Facebook, WhatsApp and others. (2) The marketing strategy should be done by the company to increase consumer buying interest using the marketing mix strategy that the company provides quality products and innovative complement to the highest, relatively affordable price, for distribution companies must develop a system of outlets in strategic areas such as shopping centers and offices, the company can implement a strategy of promotion through advertising and publicity as the medium of television, blogs, websites, and manufacture flayer or brochure. With the implementation of a good marketing mix strategies and precise and continuous, the company can increase consumer buying interest towards the company's products.

**Keywords:** Marketing Strategy, Buy Interests

---

#### I. Daftar Pustaka

- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta
- Pearce II, John A, dan Robinson Richard B.Jr. (2008). *Manajemen Strategis* 10. Salemba Empat : Jakarta.
- Sulistiyari, Ikanita Novrina.2012. "*Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas produk, dan Harga terhadap minat beli produk Oriflame*". Diponegoro Journal Of Management. Vol 1, no 1, pp 3-4.
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 2004. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahas Ole Zoelkifli Kasip. Edisi Ketujuh. PT. Indeks Gramedia. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : Penerbit Andi.