

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI YANG DIGUNAKAN UNTUK
MENINGKATKAN DAYA BELI KONSUMEN PADA UMKM, USAHA KACANG
JARUK HJ.ATI DI DESA HARUYAN SEBERANG
KABUPATEN HULU SUNGAI TENGAH**

Raudatul Jannah, Aida Vitria, Noorlaily Maulida

1. Manajemen,112312680, fakultas ekonomi,Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)
Muhammad Arsyad Al- Banjari, 18310767
2. Manajemen,1119027801 fakultas ekonomi,Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)
Muhammad Arsyad Al- Banjari, 18310767
Email: raudatulj976@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian yang sudah di lakukan penulis terhadap empat narasumber yaitu terdiri dari owner dan juga 3 pegawai yang bekerja di sana dapat di simpulkan dari hasil wawancara di lakukan ke pada 4 narasumber bahwa strategi promosi yang meningkatkan penjual pada UMKM Kacang Jaruk Hj.Ati terdapat pada indikator penjualan perseorangan dan juga penjualan langsung di mana dengan cara itu dapat menunjukkan langsung produk yang di jual, setelah melakukan promosi dan lamanya berjualan Kacang Jaruk Hj.Ati membuat masyarakat yang berkunjung Ke Hulu Sungai Tengah menjadi terbiasa membeli Kacang Jaruk Hj.Ati sebagai oleh-oleh untuk keluarga di rumah.

Kata Kunci : Strategi Promosi , Daya beli konsumen.

REFERENSI

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV.PustakaSetia.
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis* (4 ed.). Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Vol.14).
- Adi, Albertus Ferry R. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang). Universitas Diponegoro.
- Assauri, S. (2002). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan strategi* (Vol.7). Jakarta:PT. Raja grafindo Persada.
- Diniaty, D., & Agusrinal. (2014). *Perancangan Strategi Pemasaran Pada ProdukAyaman Pandan* (Vol. 12). Jurnal Sains, Teknologi dan Industri.

- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). *Analisis Pengaruh Bauran pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online* (Vol. 1). *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.
- Hendro. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga. Kasmir. (2017). *Kewirausahaan* (Vol. 12). Jakarta: Rajawali Pers.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Sugiyono, 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Sholihin, U. (2014). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Pada Perusahaan Kain dan Sarung Tenun Ikat Cap Sinar Barokah Kediri* (Vol.12). Kediri: Jurnal Cendekia
- Sucipto, A. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: Uin Maliki Pers.
- Sudaryono.(2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran* (Vol.1). Jakarta:Lentera Ilmu Cendekia.