

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GLORY CAKE DALAM
MENARIK MINAT KONSUMEN DI LEMBANG
PONDINGAO', KECAMATAN MASANDA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Budaya dan Kepemimpinan Kristen
Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Toraja sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Agama (S.Ag.)**

**HISKIAWATI
3020207392**

**Program Studi Kepemimpinan Kristen
FAKULTAS BUDAYA DAN KEPEMIMPINAN KRISTEN
INSTITUT AGAMA KRISTEN NEGERI (IAKN) TORAJA
2024**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GLORY CAKE DALAM
MENARIK MINAT KONSUMEN DI LEMBANG
PONDINGAO', KECAMATAN MASANDA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Budaya dan Kepemimpinan Kristen
Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Toraja sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Agama (S.Ag.)**

**HISKIAWATI
3020207392**

**Program Studi Kepemimpinan Kristen
FAKULTAS BUDAYA DAN KEPEMIMPINAN KRISTEN
INSTITUT AGAMA KRISTEN NEGERI (IAKN) TORAJA
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Glory Cake dalam Menarik Minat
Konsumen di Lembang Pongdingao', Kecamatan Masanda

Disusun oleh :

Nama : Hiskiawati

NIRM : 3020207392

Program Studi : Kepemimpinan Kristen

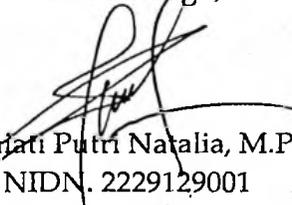
Fakultas : Budaya dan Kepemimpinan Kristen

Setelah dikonsultasikan, dikoreksi dan diperbaiki berdasarkan arahan dosen pembimbing, maka skripsi ini disetujui untuk dipertahankan pada ujian skripsi yang akan diselenggarakan oleh Fakultas Budaya dan Kepemimpinan Kristen, Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Toraja.

Tana Toraja, 11 Juli 2024

Dosen Pembimbing

Pembimbing I,


Sumjati Putri Natalia, M.Pd.
NIDN. 2229129001

Pembimbing II,


Sriyanti Rahayu Pabebang, M.M.
NIDN. 2202049701

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Glory Cake dalam Menarik Minat Konsumen di Lembang Pongdingao' Kecamatan Masanda

Disusun Oleh :
Nama : Hiskiawati
NIRM : 3020207392
Program Studi : Kepemimpinan Kristen
Fakultas : Budaya dan Kepemimpinan Kristen

Dibimbing oleh :
I. Sumiati Putri Natalia, M.Pd.
II. Sriyanti Rahayu Pabebang, M.M.

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada ujian sarjana (S-1) Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Toraja tanggal 22 Juli 2024 dan dijudisium tanggal 31 Juli 2024.

Dewan Penguji

Penguji Utama,

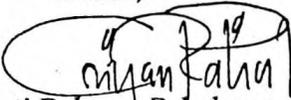

Anissa Citra Paongan, M.Pd.
NIDN. 2215089401

Penguji Pendamping,


Markus Sakke Pauranan, S.E., M.Ag.
NIDN. 2229039301

Panitia Ujian Skripsi

Ketua,


Sriyanti Rahayu Pabebang, M.M.
NIDN. 2202049701

Sekretaris,


Sepriadi Bunga', S.Pd., M.Ag.
NIDN. 2216099501

Mengetahui

Dekan,


Sriyanti, M.Th.
NIDN. 2217017701

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hiskiawati
NIRM : 3020207392
Fakultas : Budaya dan Kepemimpinan Kristen
Program Studi : Kepemimpinan Kristen
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Glory Cake dalam Menarik Minat Konsumen di Lembang Pongdingao' Kecamatan Masanda

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi tersebut adalah merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang dengan jelas disebutkan sumber rujukannya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil saduran atau jiplakan dari karya orang lain, maka pihak kampus IAKN Toraja melalui rektor, berhak untuk mencabut gelar dan ijazah yang telah diberikan kepada saya.

Tana Toraja, 31 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Hiskiawati

NIRM. 3020207392

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hiskiawati
NIRM : 3020207392
Fakultas/Program Studi : Kepemimpinan Kristen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak IAKN Toraja yaitu **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*)** atas karya ilmiah skripsi yang berjudul:

Peran Kepemimpinan Kepala Lembang dalam Meningkatkan Pembangunan Infrastruktur di Lembang Bau Selatan

Dengan ini pihak IAKN Toraja bebas menyimpan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikan sebagian dari skripsi ini (Bab 1 dan bab 5) pada repository perguruan Tinggi untuk kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama sebagai penulis skripsi ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tana Toraja, 31 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Hiskiawati

NIRM. 3020207392

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan yang maha Esa, saya dedikasikan skripsi ini kepada:

1. Orang tua tercinta, Ayah dan Ibu yang telah memberikan cinta dan kasih sayang serta dukungan serta doa yang tiada henti dan pengorbanan yang tiada mengenal lelah dalam mendidik saya sepanjang hidup saya.
2. Saudara-saudaraku, yang tetap setia mendukung dan memebrikan semangat dan juga sebagai tempat berbagi suka dan duka.
3. Teman-teman seperjuangan, yang selalu menemani dan mendukung di setiap langkah perjuangan ini.
4. Almamater tercinta, yang telah memberikan tempat dan kesempatan untuk belajar dan berkembang untuk menjadi lebih baik.

Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memebrikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

MOTTO

Hidup bukan tentang siapa yang menang dan kalah tetapi siapa yang mampu untuk bertahan di tengah sulitnya kehidupan.

Hiduplah dengan damai dan jangan pernah bandingkan proses perjalanan hidupmu dengan orang lain karena kamu dan dia sudah memiliki takarannya masing-masing.

-HISKIAWATI-

ABSTRAK

Hiskiawati (3020207392) Tahun 2024 Prodi Kepemimpinan Kristen, menyusun skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Glory Cake Dalam Menarik Minat Konsumen Di Lembang Pongdingao’ Kecamatan Masanda” di bawah bimbingan Ibu Sumiati Putri Natalia, M.Pd dan Ibu Sriyanti Rahayu Pabebang, M.M. Manajemen Strategi pemasaran merupakan serangkaian langkah-langkah dalam proses pendekatan yang dilakukan oleh setiap pengusaha untuk menarik minat konsumen di kalangan pangsa pasar. Dalam strategi-strategi pemasaran, setiap pengusaha akan lebih memperkenalkan produk maupun jasa yang akan ditawarkan pada konsumen yang di inovasi semenarik mungkin agar bisa lebih menarik minat konsumen dalam jangka waktu panjang. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Glory Cake dalam menarik minat konsumen di Lembang Pongdingao’ Kecamatan Masanda, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara dan obeservasi serta menganalisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah ada beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Glory Cake sehingga menarik minat konsumen yaitu diantaranya, pemilihan jenis produk yang akan ditawarkan, penentuan harga, penggunaan sosial media, pemberian diskon, bebas pemilihan produk, dan penentuan ongkos kirim. setiap strategi tersebut mampu untuk menarik minat konsumen pada produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Pemasaran, Minat Konsumen

ABSTRACT

Hiskiawati (3020207392) In 2024, the Christian Leadership Study Program, prepared a thesis with the title "Analysis of Glory Cake Marketing Strategy in Attracting Consumer Interest in Lembang Pongdingao' Masanda District" under the guidance of Mrs. Sumiati Putri Natalia, M.Pd and Mrs. Sriyanti Rahayu Pabebang, M.M. Marketing strategy management is a series of steps in the approach process carried out by each entrepreneur to attract consumer interest among the market share. In marketing strategies, each entrepreneur will introduce the products and services that will be offered to consumers with the innovation as attractive as possible so that they can attract more consumer interest in the long term. The purpose of this research is to determine the marketing strategy carried out by Glory Cake to attract consumer interest in Lembang Pongdingao' Masanda District, using qualitative research methods by conducting interviews and observations as well as analyzing data using data reduction techniques, presenting data and drawing conclusions. The results obtained in this research are that there are several marketing strategies carried out by Glory Cake to attract consumer interest, namely, selecting the type of product to be offered, determining prices, using social media, giving discounts, free product selection, and determining shipping costs. Each strategy This is able to attract consumer interest in the products offered.

Keywords: *Strategic Management, Marketing, Consumer Interest.*