



Homepage Journal: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>

Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Membeli Bahan Bangunan (Study Kasus pada Toko Bangunan Infinity Jaya Kalukubula)

Marketing Strategy in Increasing Consumer Interest in Buying Building Materials (Case Study at Infinity Jaya Building Store)

Vera Vernandes Rapatia^{1*}, Syamsuddin R², Rika Supratty³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdul Aziz Lamadjido

*Email Corresponding: veravernandes@gmail.com

Artikel Penelitian

Article History:

Received: 05 Sep, 2025

Revised: 14 Oct, 2025

Accepted: 27 Nov, 2025

Kata Kunci:

Ketertarikan Konsumen,
Keputusan Pembelian

Keywords:

Consumer Interest, Purchasing
Decisions

DOI: [10.56338/jks.v8i11.9393](https://doi.org/10.56338/jks.v8i11.9393)

ABSTRAK

Jenis penelitian ini adalah Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif fenomenologi yang bersifat studi kasus dengan teknik pengumpulan data Triangulasi. Dimana peneliti melakukan pengecekan data kepada sumber informan dengan cara observasi, yang kemudian melakukan wawancara, dan dilanjut dengan dokumentasi. Informan yang di pilih berjumlah tujuh orang yang terdiri dari pemilik toko, dua karyawan dan empat konsumen. Ketujuh infoman tersebut di wawancara guna memperoleh data yang bisa dijawab dalam melakukan penelitian. Dari hasil penelitian ini menunjukkan, Dalam menarik konsumennya toko bangunan infinity jaya menggunakan bauran pemasaran 4P yaitu product (produk), place (tempat), price (harga), promotion (promosi), pemilik perlu menambah lagi kualitas pelayanan untuk meningkatkan penjualannya. Dari hasil penelitian juga didapatkan bahwa Strategi utama yang berpengaruh meliputi harga yang kompetitif, pelayanan yang baik, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, serta respons cepat dalam pengantaran barang kepada pelanggan. Kombinasi faktor-faktor ini menjadikan toko lebih menarik bagi konsumen dan meningkatkan daya saing di pasaran.

ABSTRACT

This type of research is This research is a qualitative phenomenological research that is a case study with Triangulation data collection techniques. Where the researcher checks the data to the informant source by means of observation, which then conducts interviews, and continues with documentation. The selected informants numbered seven people consisting of the shop owner, two employees and four consumers. The seven informants were interviewed in order to obtain data that could be answered in conducting the research. From the results of this study, it shows that in attracting consumers, the Infinity Jaya building store uses 4P marketing mix, namely product, place, price, promotion, the owner needs to add more service quality to increase sales. From the research results it was also found that the main strategies that have an influence include competitive prices, good service, strategic and easily accessible locations, and fast response in delivering goods to customers. The combination of these factors makes the store more attractive to consumers and increases competitiveness in the market.

PENDAHULUAN

Dalam masa integrasi ekonomi global dan perkembangan teknologi informasi dan digital yang begitu pasif telah menimbulkan berbagai konsekuensi terhadap perkembangan dan persaingan usaha produksi dan pemasaran. Kondisi ini, memungkinkan para pelaku usaha dapat mengembangkan kreatifitas dalam menghasilkan produk-produk baru yang inovatif dan berdaya saing tinggi, serta pengembangan pengelolaan pemasaran yang lebih kreatif berbasis teknologi.

Lingkungan usaha dimana munculnya usaha sejenis menawarkan dan memasarkan yang sama, tidak hanya meningkatkan persaingan yang semakin tinggi akan tetapi juga, dapat membuat masyarakat

mempunyai alternatif dan semakin selektif dalam menemukan tempat di mana mereka akan membeli barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan. Sehingga setiap pelaku usaha dibidang usaha pemasaran produk, harus memperhatikan aspek apa yang perlu dilakukan dalam mengelola pemasaran berdasarkan kebutuhan dan keinginan pasar dan strategi apa yang akan di perlukan untuk mengatur kemana arah perusahaan, sehingga perusahaan dapat menjadi pemimpin pasar (market leader) di antara perusahaan pesaing lainnya.

Dalam bisnis pemasaran produk, memahami konsumen atau pelanggan dalam pasar menjadi penting, karena: 1) pelanggan yang menjadi alasan keberadaan usaha, tanpa pelanggan tidak usaha bisa berjalan. 2) pelanggan yang puas dan loyal penentu keunggulan bersaing. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggan melalui produk atau layanan yang berkualitas baik, premium, memberikan tarif yang murah, berada di tempat yang strategis serta memberikan pelayanan yang terbaik di bandingkan dengan pesaing lainnya. Dengan demikian perusahaan akan dapat meningkatkan ketertarikan pelanggan untuk membeli dan meningkatkan penjualan barang-barang yang di tawarkan perusahaan.

Bisnis pemasaran produk yang menempatkan prioritas tinggi pada peningkatan penjualan sangat penting bagi perusahaan. Menggunakan teknik atau strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk meningkatkan ketertarikan membeli dan meningkatkan penjualan yang produk dibutuhkan agar konsumen atau pelanggan menjadi loyal. Hal ini, penting dipahami bagi pelaku usaha pemasaran.

Menurut Amstrong dan Kotler (2018), “Pemasaran adalah tahapan di mana bisnis membuat insentif bagi konsumen dan menciptakan ikatan yang erat dengan mereka untuk memperoleh loyalitas pembeli”. Tanpa strategi pemasaran yang efektif sulit untuk memprediksi bahwa penjualan akan meningkat, terutama ketika produk pesaing mulai bermunculan.

Selanjutnya (Kotler, Kotler dan Amstrong, 2012), menyatakan “strategi pemasaran adalah pendekatan bisnis di mana organisasi bertujuan untuk menciptakan nilai bagi pelanggannya dan membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan mereka”.

Sejalan dengan pertambahan jumlah penduduk, kebutuhan manusia akan bahan bangunan juga akan semakin meningkat, sehingga bahan bangunan semakin banyak dibutuhkan untuk pembangunan rumah, apartemen, dan bangunan lainnya. Hal ini, menyebabkan jumlah pebisnis bertambah dan persaingan bisnis pemasaran bahan bangunan semakin kompetitif. Di lingkungan Biromaru Kabupaten Sigi, ada banyak bisnis yang menjual bahan bangunan dan sangat ingin meningkatkan penjualan dengan mendorong pelanggan untuk mengunjungi dan membeli dari mereka. Salah satunya dan terlihat menonjol adalah Toko Bangunan Infinity Jaya Kalukubula.

Dalam penjualannya Toko Bangunan Infinity Jaya memiliki strategi pemasaran menggunakan empat P yaitu produk dalam hal ini produk yang di jual memiliki dua jenis yang pertama produk yang memiliki kualitas premium untuk kalangan menengah ke atas dan produk yang kualitasnya di bawah untuk konsumen kalangan menengah ke bawah, kemudian harga, untuk harga yang mereka terapkan bervariasi tergantung dari kualitas produknya untuk produk yang kualitasnya premium memiliki harga yang lebih tinggi dan untuk kualitasnya di bawah memiliki harga yang lebih rendah dan juga memberikan harga khusus untuk pelanggan tetap, kemudian tempat, untuk tempat toko bangunan infinity jaya ini berada di lokasi yang strategis karena letaknya berdekatan dengan perumahan BTN yang ada di jalan lando sehingga dapat memberikan layanan pesan antar untuk konsumennya, dan untuk promosi tidak melakukan melalui media sosial tetapi hanya dari mulut ke mulut.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif fenomenologi yang bersifat studi kasus dengan teknik pengumpulan data Triangulasi. Dimana peneliti melakukan pengecekan data kepada sumber informan dengan cara observasi, yang kemudian melakukan wawancara, dan dilanjut dengan dokumentasi. Informan yang di pilih berjumlah tujuh orang yang

terdiri dari pemilik toko, dua karyawan dan empat konsumen. Ketujuh informan tersebut di wawancara guna memperoleh data yang bisa dijawab dalam melakukan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk

Produk adalah segala sesuatu yang bisa di tawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Produk dapat berupa barang atau jasa yang bisa di perjual belikan. Produk merupakan salah satu faktor utama kesuksesan suatu bisnis. Produk yang berkualitas dan menarik dapat membantu bisnis untuk mempertahankan dan menarik konsumen.

Secara keseluruhan produk merupakan elemen kunci dalam strategi pemasaran dan bisnis. Tanpa produk, tidak akan ada nilai yang bisa di tawarkan atau dipertukarkan antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, dalam pengembangan produk, produsen perlu memahami kebutuhan pasar, merancang produk yang relevan dan bernilai, serta memastikan bahwa produk tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Produk yang berkualitas merupakan produk yang diharapkan oleh setiap konsumen sebelum melakukan pembelian. Konsumen pastinya memastikan apakah produk yang akan mereka beli memiliki kualitas yang baik, sama halnya dengan produk-produk yang di jual oleh toko bangunan infinity jaya.

Dalam menarik konsumennya pemilik toko bangunan infinity jaya menyediakan berbagai macam produk bahan bangunan yang lengkap mulai dari produk yang berkualitas baik dan juga yang kualitasnya biasa saja.

Kesimpulannya, toko bangunan infinity jaya melakukan strategi pemasaran untuk menarik konsumennya yaitu dengan menyediakan produk yang memiliki kualitas yang berbeda-beda agar dapat di beli oleh semua kalangan baik kalangan menengah keatas dan menengah kebawah, serta memberikan kualitas pelayanan yang baik. Para konsumennya juga menilai produk yang di jual toko ini memiliki kualitas produk yang baik dengan harga yang sesuai dengan produknya. Berdasarkan pengamatan yang di lakukan di lapangan juga terlihat banyak konsumen yang membeli tidak hanya satu produk saja melainkan membeli beberapa produk secara bersamaan.

Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Dalam arti sederhana, harga mencerminkan berapa banyak uang yang harus di keluarkan seseorang untuk memperoleh manfaat dari barang atau layanan yang ditawarkan oleh penjual.

Harga yang ditawarkan oleh toko bangunan infinity jaya dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk datang membeli di toko tersebut karena harga barangnya yang lebih murah di bandingkan toko lain, dan juga pemberian diskon serta pemberian harga khusus bagi konsumen tetapnya.

Kesimpulan, toko bangunan infinity jaya melakukan strategi penjualan dengan memberikan harga yang terjangkau oleh semua kalangan tergantung dengan kualitas barang yang ada, dan juga memberikan harga khusus kepada pelanggan tetap di toko itu. Para konsumen juga mengatakan bahwa harga jual di toko ini terbilang murah dengan kualitas yang baik, dan juga jika membeli barang dengan jumlah yang banyak akan mendapatkan diskon harga. Sehingga para pelanggan yang ingin membeli bahan bangunan tidak perlu khawatir mengenai harga yang ditawarkan karena harga barangnya lebih murah dan terjangkau.

Tempat

Tempat atau lokasi toko adalah area atau posisi di mana sebuah toko beroperasi untuk menjual produk atau jasa kepada konsumen. Lokasi ini bisa sangat mempengaruhi kesuksesan sebuah

toko karena berkaitan langsung dengan langsung dengan kemudahan akses pelanggan, tingkat keramaian, dan potensi penjualan. Pemilihan lokasi yang tepat menjadi salah satu faktor penting dalam perencanaan bisnis, karena lokasi yang strategis dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan.

Tempat atau lokasi toko bangunan infinity jaya sangat strategis karena berada disekitar perumahan green lando kalukubula dan juga berada di jalan yang ramai di lewati oleh orang-orang sehingga pelanggan tidak kesulitan untuk datang membeli dan tidak kesulitan untuk mencari letak toko tersebut, dan juga lokasi toko tersebut bisa dicari melalui google maps sehingga lebih memudahkan pelanggan dalam mencari lokasi toko.

Kesimpulan, toko bangunan infinity jaya ini berada di lokasi yang strategi dimana toko ini terletak tidak jauh dari perumahan BTN Grand Lando dan terletak di samping jalan raya sehingga dapat dengan mudah dijangkau oleh para pelanggan dan juga sudah tertera di google maps sehingga membuat pelanggan tidak kesulitan untuk datang berbelanja di toko bangunan infinity jaya.

Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau pelaku usaha untuk memperkenalkan, menginformasikan, dan membujuk konsumen agar tertarik pada produk atau jasa yang di tawarkan. Tujuan utama promosi adalah meningkatkan kesadaran konsumen, membangun citra merek, serta mendorong keputusan pembelian. Promosi bisa dilakukan melalui berbagai cara seperti iklan, diskon, pemberian sampel gratis, atau penggunaan media sosial untuk menarik perhatian pasar. Dengan promosi yang efektif, sebuah bisnis dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

Promosi yang dilakukan toko bangunan infinity jaya yaitu dengan memberikan harga khusus kepada pelanggan tetapnya, pemberian diskon, pemberian potongan harga dalam pembelian yang banyak, dan juga memberikan pelayanan pengantaran barang langsung ke tempat konsumen, jika konsumen tidak memiliki waktu untuk datang langsung ke toko, konsumen dapat memesan melalui telepon atau mengirimkan pesan di whatsapp sehingga dapat lebih memudahkan pelanggan.

Bagaimana Strategi pemasaran dapat mempengaruhi ketertarikan konsumen terhadap toko bangunan infinity jaya.

Kualitas produk

Kualitas produk bahan bangunan sangat penting dalam menentukan kekuatan, keamanan, dan ketahanan bangunan. Bahan bangunan yang berkualitas baik harus memiliki sifat seperti kekuatan, ketahanan, dan keamanan yang tinggi. Sama halnya dengan produk makanan bangunan yang dijual oleh toko bangunan infinity jaya produk-produk yang dijual memiliki kualitas yang baik dan juga memiliki berbagai macam pilihan produk yang bervariasi mulai dari produk yang memiliki kualitas yang baik dan juga produk yang kualitasnya biasa.

Dalam mempengaruhi ketertarikan konsumennya salah satu strategi yang dilakukan oleh toko bangunan infinity jaya yaitu dengan menjual berbagai macam produk bahan bangunan yang lengkap dengan kualitas serta merek yang berbeda-beda. Beberapa produk bahan bangunan yang dijual oleh toko bangunan infinity jaya diantaranya mereka menjual semen dengan dua merek yang berbeda yaitu merek conch dan tonasa, besi dengan standar SNI dan yang tidak berstandar SNI, triplek dengan ketebalan yang berbeda-beda, kaso dengan berbagai macam merek dan kualitas yang berbeda-beda, serta produk-produk bahan bangunan lainnya.

Kualitas produk yang dijual oleh toko bangunan infinity jaya memang sudah diakui oleh para konsumennya. Mereka mengatakan bahwa produk-produk bahan bangunan yang dijual di toko ini memang sangat berkualitas dan juga memiliki banyak pilihan sehingga mereka tidak perlu khawatir saat datang membeli bahan bangunan karena memang produk yang disediakan lengkap dan berkualitas sehingga mereka tidak perlu bingung dalam pemilihan produk yang mereka butuhkan.

Secara keseluruhan toko bangunan infinity jaya memiliki daya tarik yang memengaruhi konsumen untuk lebih memilih berbelanja di toko ini, meskipun memiliki banyak pesaing tetapi dengan meningkatkan kualitas dan kelengkapan produknya toko ini mampu bersaing dengan toko lain

Harga yang kompetitif

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi orang untuk datang membeli di sebuah toko adalah harga barang yang mereka tawarkan. Harga barang yang kompetitif adalah harga barang yang sesuai dengan harga pasar dan dapat bersaing dengan harga produk yang sama dari toko lain. Harga yang kompetitif tidak hanya berarti harga yang murah, tetapi juga harga yang sesuai dengan nilai dan kualitas produk yang ditawarkan.

Seperti harga barang yang diterapkan oleh pemilik toko bangunan infinity jaya mereka menawarkan harga produk yang dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen. hal inilah yang memengaruhi konsumen untuk datang membeli di toko tersebut, dimana harga produk yang mereka tawarkan tergolong murah di bandingkan toko bangunan lain seperti, harga besi, pipa, dan perintilan-perintilan bahan bangunan lainnya.

Namun pemberian harga produknya juga dilihat dari bagaimana kualitas dari produk tersebut, jika produk tersebut berkualitas baik maka harganya akan lebih mahal dibandingkan dengan produk yang kualitasnya biasa sehingga pelanggan dapat memilih produk mana yang akan mereka beli sesuai dengan kemampuan mereka masing-masing karena salah satu tujuan menjual produk yang memiliki harga dan kualitas yang berbedah adalah supaya produk yang dijual dapat dibeli oleh semua kalangan dari kalangan menengah keatas dan menengah kebawah.

Pemilik toko bangunan infinity jaya juga memberikan potongan harga kepada pelanggan yang membeli bahan bangunan dalam jumlah yang banyak, dan juga memberikan harga khusus kepada pelanggan tetapnya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan atau organisasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan antara lain profesionalisme, komunikasi yang baik, kecepatan dan efisiensi, ketersediaan informasi, empati dan kesabaran, serta kualitas produk atau jasa yang di berikan.

Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan manfaat seperti meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan loyalitas, membangun reputasi yang baik, dan meningkatkan penjualan. Dengan memberikan layanan yang berkualitas tinggi, setiap pelaku usaha dapat membedakan diri dari pesaing dan meningkatkan keunggulan yang kompetitif.

Sama halnya dengan apa yang dilakukan oleh toko bangunan infinity jaya dalam memengaruhi konsumennya mereka memberikan kualitas pelayanan yang baik di antaranya, karyawan yang ramah, membantu konsumen mencari produk yang akan mereka beli, memberikan informasi yang lengkap mengenai produk yang dicari oleh konsumen, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan juga melakukan pengantaran barang langsung ke tempat konsumen, menerima pesanan produk melalui via whatsapp sehingga konsumen tidak perlu untuk datang langsung ke toko.

Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik toko bangunan infinity jaya dapat membedakan diri dari para pesaing yang ada, selain itu juga kualitas pelayanan yang baik juga dapat membantu dalam mempertahankan pelanggan serta meningkatkan pendapatan.

Menjadi Toko Bangunan Pertama

Toko bangunan yang sudah berdiri lama seringkali memiliki reputasi yang baik dan terpercaya di kalangan konsumen. Konsumen cenderung lebih percaya pada toko yang telah memiliki pengalaman dan sejarah yang panjang dalam industri bangunan. Reputasi yang baik ini dapat membuat

konsumen merasa yakin bahwa toko tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan baik.

Selain itu, toko bangunan yang sudah berdiri lama juga dapat memiliki pengalaman yang luas dalam melayani konsumen. Staf di toko ini telah memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam menangani berbagai jenis produk bangunan dan dapat memberikan saran dan rekomendasi yang tepat kepada konsumen.

Konsumen juga cenderung lebih percaya pada toko yang telah memiliki sejarah yang panjang karena mereka telah melihat toko tersebut bertahan dan berkembang selama bertahun-tahun. Ini dapat membuat konsumen merasa yakin bahwa toko tersebut memiliki kemampuan untuk menghadapi tantangan dan perubahan dalam industri bangunan.

Dengan demikian, toko bangunan yang sudah berdiri lama dapat memiliki pengaruh yang signifikan bagi ketertarikan konsumen. Konsumen cenderung lebih percaya pada toko yang telah memiliki reputasi yang baik, pengalaman yang luas, dan sejarah yang panjang dalam industri bangunan.

Begitupula dengan toko bangunan infinity jaya salah satu hal yang mempengaruhi ketertarikan konsumennya adalah karena toko tersebut adalah toko pertama yang ada. Toko ini juga sudah memiliki reputasi terpercaya yang telah di bangun oleh toko ini selama bertahun tahun. Dengan pengalaman yang luas dalam industri bangunan, toko ini telah membuktikan dirinya sebagai toko yang dapat di andalkan dan dipercaya oleh konsumen.

Pengalaman berbelanja yang baik juga menjadi salah satu faktor salah satu faktor yang membuat konsumen lebih memilih toko ini. Konsumen telah merasakan sendiri bagaimana pera karyawan di toko ini dapat memberikan pelayanan yang ramah, serta bagaimana toko ini dapat memenuhi kebutuhan mereka akan produk bangunan dengan baik.

Dengan adanya kombinasi dari reputasi yang terpercaya, pengalaman berbelanja yang baik, produk yang lengkap, bervariasi, dan berkualitas, harga yang terjangkau, dan lokasi yang strategis. Dengan demikian, konsumen dapat merasa yakin bahwa mereka telah membuat keputusan yang tepat dalam memilih toko bangunan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Kesimpulannya toko bangunan infinity jaya telah membuktikan dirinya sebagai toko bangunan yang terpercaya dan dapat diandalkan di kalangan konsumen. Melalui reputasi yang terpercaya, pengalaman berbelanja yang baik, dan produk yang lengkap dan berkualitas, toko ini telah menjadi pilihan utama konsumen dalam Memen kebutuhan mereka akan produk bangunan.

salah satu alasan utama konsumen lebih memilih berbelanja di Toko Bangunan Infinity Jaya adalah karena reputasi yang terpercaya yang telah dibangun oleh toko ini selama bertahun-tahun. Dengan pengalaman yang luas dalam industri bangunan, Infinity Jaya telah membuktikan dirinya sebagai toko yang dapat diandalkan dan dipercaya oleh konsumen.

Dapat dijelaskan bahwa pengalaman berbelanja yang baik di Infinity Jaya juga menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen lebih memilih toko ini. Konsumen telah merasakan sendiri bagaimana staf di Infinity Jaya dapat memberikan pelayanan yang ramah dan profesional, serta bagaimana toko ini dapat memenuhi kebutuhan mereka akan produk bangunan dengan baik.

Singkatnya, alasan utama konsumen lebih memilih berbelanja di Toko Bangunan Infinity Jaya adalah karena kombinasi dari reputasi yang terpercaya, pengalaman berbelanja yang baik, dan produk yang lengkap dan berkualitas. Dengan demikian, konsumen dapat merasa yakin bahwa mereka telah membuat pilihan yang tepat dalam memilih toko bangunan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dalam hal ini, dapat disebutkan bahwa Infinity Jaya telah berhasil membangun loyalitas konsumen yang kuat melalui pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas. Konsumen telah merasa puas dengan pengalaman berbelanja mereka di Infinity Jaya dan telah menjadi pelanggan setia toko ini.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Toko Bangunan Infinity Jaya telah membuktikan dirinya sebagai toko bangunan yang terpercaya dan dapat diandalkan di kalangan konsumen. Melalui reputasi yang terpercaya, pengalaman berbelanja yang baik, dan produk yang lengkap dan berkualitas, Infinity Jaya telah menjadi pilihan utama konsumen dalam memenuhi kebutuhan mereka akan produk bangunan.

KESIMPULAN

Dalam menarik konsumennya toko bangunan infinity jaya menggunakan baurang pemasaran 4P yaitu product (produk), place (tempat), price (harga), promotion (promosi), pemilik menambah lagi kualitas pelayanan untuk meningkatkan penualanya.

Toko bangunan infinity jaya menyediakan produk-produk bahan bangunan yang kualitasnya sesuai dengan harga produk, dimana produknya dapat di beli oleh semua kalangan baik menengah keatas maupun menengah kebawah, sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya.

Tempat yang di jadikan untuk membuka usaha toko bangunan infinity jaya ini bertempat pada lokasi yang strategi serta padat penduduk di mana toko ini terletak dekat dengan BTN Green Lando Kalukubula serta terletak di jalany yang ramai di lalui oleh orang-orang ini sangat mudah di jangkau oleh pelanggan dan juga sudah tertera di Google Maps sehingga pelanggan tidak kesulitan untuk datang membeli di toko ini.

Dalam penerapan harga toko bangunan infinity jaya yaitu degan memberikan harga khusus kepada pelanggan tetap, memberikan potongan harga dalam jumlah pembelian yang banyak dan juga harga produknya terjangkau tergantung dengan kualitas produk yang ada, sehingga para pelanggan tidak perlu khawatir mengenai harganya.

Dalam melakukan promosi toko bangunan infinity jaya menggunakan cara memberikan harga khusus kepada pelanggan tetep, memberikan diskon, dan juga melakukan pengantaran barang langsung ketempat pelanggannya serta promosi melalui mulut-kemulut.

DAFTAR PUSTAKA

- Putri, Aulia Life Rahma, and Maharani Ikaningtyas. "Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Citra Merek Dan Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk." JOURNAL OF ADMINISTRATIVE AND SOCIAL SCIENCE 5.1 (2024): 198-204.
- Rohmah, Zunita Afifatur, Anwar Hakim Darajat, and Endah Siswati. "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Toko Bangunan Mandiri Jaya Tlogo Kanigoro Blitar." Transgenera: Sidiq, Ahmad, and Abdur Rohman. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Toko Bangunan Bapak Fairus Modung Bangkalan Dalam Perspektif Skb." Jurnal Media Akademik (JMA) 2.6 (2024).
- Nurjannah, Nurjannah, and Rahmada Indah Sari. "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Bahan Bangunan Pada Toko Sri Rejeki Di Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu." JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting) 1.1 (2018): 102-111.
- Nimah, R. R. Manulang And Medinal., "Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Segmentasi Pasar Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Deskripsi Kualitatf Padada Pt. Bintang Eka Mandiri
- R. Rizki Ananda Putra1, Mohamad Zainul2, " Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Cat Toa (Studi Pada Toko Hilmi Bangunan Martapura) Abstrak, "Manaj. Pemasar., Pp. 1-10, 2022, Doi: 10. 21608/Pshj.2022.20026.