

ABSTRAK

Telaumbanua, Seri Dani. 2025. Analisis Strategi Harga Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Pada Konveksi Faoma Khoda Kota Gunungsitoli. Pembimbing: Yupiter Mendrofa, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi harga yang diterapkan Konveksi Faoma Khoda dalam meningkatkan minat konsumen. Latar belakang penelitian ini didasari oleh fenomena ketidakjelasan informasi harga yang dirasakan sebagian konsumen, yang disebabkan oleh penyesuaian harga berdasarkan kualitas bahan, tingkat kerumitan desain, dan biaya produksi, sehingga memengaruhi keputusan pembelian dan minat konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pemilik usaha, karyawan, dan konsumen Konveksi Faoma Khoda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi harga yang diterapkan berfokus pada keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan konsumen. Meskipun sebagian besar konsumen menilai harga masih terjangkau, ketiadaan daftar harga tetap menimbulkan kebingungan dan mengurangi kemudahan dalam memberikan rekomendasi kepada calon pembeli lain. Strategi harga yang fleksibel dinilai membantu dalam menghadapi persaingan pasar, namun memerlukan transparansi yang lebih baik agar dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Konveksi Faoma Khoda perlu memperbaiki sistem informasi harga agar lebih transparan dan konsisten, sehingga strategi harga yang diterapkan dapat secara optimal meningkatkan minat dan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Strategi Harga, Minat Konsumen.

ABSTRACT

Telaumbanua, Seri Dani. 2025. *Price Strategy Analysis in Increasing Consumer Interest at Faoma Khoda Convection, Gunungsitoli City*. Supervisor: Yupiter Mendrofa, S.E., M.M

This study aims to analyze the pricing strategies implemented by Faoma Khoda Convection to increase consumer interest. The background of this research is based on the phenomenon of unclear price information perceived by some consumers, caused by price adjustments according to fabric quality, design complexity, and production costs, which in turn influence purchasing decisions and consumer interest. The research method used is a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving the business owner, employees, and consumers of Faoma Khoda Convection. The results show that the applied pricing strategy focuses on price affordability, price suitability with product quality, price competitiveness, and price alignment with perceived consumer benefits. Although most consumers perceive the prices as affordable, the absence of a fixed price list creates confusion and reduces ease in providing recommendations to potential buyers. Flexible pricing strategies are considered helpful in facing market competition but require better transparency to increase consumer trust and loyalty. The conclusion of this study is that Faoma Khoda Convection needs to improve its price information system to be more transparent and consistent so that the applied pricing strategy can optimally increase consumer interest and satisfaction.

Keywords: Pricing Strategy, Consumer Interest.