

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pemasaran Produk (*Product*) Dan Penetapan Harga (*Price*) dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen (studi khasus RAKATA adventure Tulungagung)” Ditulis Oleh Iqbal Auliansyah, NIM 1742143125, jurusan Ekonomi Syariah, fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis (FEBI), IAIN Tulungagung. Pembimbing Oleh Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.M.,S.I.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi karena sedikit masyarakat yang mengetahui produk peralatan camping. RAKATA Adventure Tulungagung merupakan salah satu usaha peralatan camping di Tulungagung. Suatu bisnis yang baru agar terus berkembang dengan baik dan mampu bersaing dengan produk sejenis tentunya dibutuhkan pemasaran produk dan penetapan harga untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar konsumen melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Fokus penelitian dalam sekripsi ini yaitu:1) Bagaimana pemasaran produk (*product*) untuk meningkatkan loyalitas konsumen di usaha RAKATA adventure tulungagung? 2)Bagaimana penetapan harga (*price*) untuk meningkatkan loyalitas konsumen di usaha RAKATA adventure tulungagung? 3)Bagaimana kendala yang dihadapi di usaha RAKATA adventure tulungagung dalam pemasaran produk (*product*) dan penetapan harga (*price*)? 4)Bagaimana solusi untuk meningkatkan pemasaran produk (*product*) dan penetapan harga (*price*) di usaha RAKATA adventure tulungagung? 5)Bagaimana praktik dan solusi dalam pemasaran produk (*product*) dan penetapan harga (*price*) untuk meningkatkan loyalitas konsumen di usaha RAKATA adventure tulungagung ditinjau ekonomi syariah?

Penelitian ini termasuk penelitian studi lapangan, dalam proses pelaksanaanya penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang memfokuskan kajiannya pada pemasaran produk dan penetapan harga. Data diambil dengan menggunakan metode wawancara dengan para informan RAKATA Adventure Tulungagung, observasi dan dokumentasi dilingkungan RAKATA Adventure Tulungagung, selanjutnya data diolah kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif- kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait pemasaran produk dan penetapan harga maka diperoleh kesimpulan 1)Strategi memperkenalkan suatu produk, serta pelayanan yang baik juga harus dilakukan karena kepuasan konsumen tidak hanya dari produk tetapi juga kepuasan terhadap toko. 2)Menganalisa harga di pasar agar mampu bersaing dengan pesaing lainnya dan produk beda dengan produk pesaing. 3) Kendala pada dalam usaha RAKATA Adventure kurangnya pengertahan masyarakat tentang produk peralatan camping dan menjadi kendala yang cukup serius pada bisnis modern saat ini. 4)Melakukan inovasi produk agar konsumen tertarik kepada produk buat sendiri dan tidak bergantung kepada produk perusahaan besar, serta membuat aplikasi toko pedia dan shopee. 5)Produk yang di jual tidak mengandung haram dan bermanfaat dari konsumen. Serta tidak merugikan pihak pelanggan atas penjual produk.

Kata Kunci : Pemasaran Produk, penetapan harga, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

Undergraduate thesis with the title "Product Marketing (*Product*) and Price Determination (*Price*) to increasing Consumer Loyalty (a typical study of RAKATA adventure Tulungagung)" Written by Iqbal Auliansyah, NIM 1742143125, Sharia Economics, faculty of Sharia Economics and Business (FEBI), IAIN Tulungagung . Supervisor: Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.M., S.I.

The research in this undergraduate thesis motivated with a few people who knew of camping equipment products. RAKATA Adventure Tulungagung is one of the camping equipment businesses in Tulungagung. It was founded by IAIN Tulungagung students. This new business will develop better and be able to compete with similar products certainly requires product marketing and price fixing to increase the satisfaction of any customers so they can make any purchases.

The focus in this research is: 1) How the product marketing (product) can increase consumer loyalty in the business of RAKATA adventure Tulungagung? 2) How the price (price) can increase consumer loyalty in the RAKATA adventure Tulungagung business? 3) What are the obstacles faced by RAKATA adventure Tulungagung in product marketing and pricing? 4) What are the solutions to improve product marketing and price-fixing in the RAKATA adventure Tulungagung business? 5) What are the practices and solutions about product marketing and price fixing to increase consumer loyalty in the business of RAKATA Tulungagung Adventure refer to Sharia Economics?

This study includes field study research that aims to find out about the. In the implementation process. The data was using the method of interviewing RAKATA Adventure Tulungagung informants, observation and documentation in the environment of RAKATA Adventure Tulungagung, then the data was processed then analyzed it using descriptive-qualitative methods.

Based on the results in this research that has been carried out related to product marketing and price-fixing, conclusions are obtained 1)The strategy is interrelated and supports the development of the business, and good service must also be done because customer satisfaction is not only from the product but also the satisfaction of the store. 2)The analyzing prices in the market, and business will find the profits from the sale of seta products that have loyal customers. 3)Constraints in the business of RAKATA Adventure is a lack of knowledge of the public about camping equipment products and is a quite serious obstacle to modern business today. 4)The product innovations so that consumers are attracted to their products and do not depend on large company products, as well as making applications for Tokopedia and Shopee shops. 5) Products in an Islamic economy and does not violate Islamic economic rules. As well as the price system has been pegged, the customer does not object to buying a product.

Kata Kunci : Product Marketing, Price-fixing, Consumer Loyalty.