

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Gamis Syar’i secara *Online* di Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung**” ini ditulis oleh Wahyu Ardiana Usolikah, NIM. 17402153132 pembimbing Dr. Qomarul Huda, M. Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh usaha penjualan *online* yang memiliki banyak cara untuk menemukan *market* yang sesuai dengan target yang diinginkan dan tepat sasaran, dengan biaya yang sedikit namun dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan menjangkau konsumen yang mempunyai kriteria yang sesuai dengan produk. Adzkia Hijab Syar’i menggunakan *marketing online* dalam melakukan penjualan produknya. *Marketing online* yang dilakukan oleh Adzkia Hijab Syar’i merupakan suatu usaha dalam menjangkau segmentasi pasar yang telah ditetapkan, karena harga yang cukup tinggi tidak dapat dijangkau hanya dengan toko *offline*. Adzkia Hijab Syar’i telah mengetahui persaingan yang begitu kompetitif sehingga Adzkia Hijab Syar’i menciptakan pebisnis yang terlatih dalam melakukan penjualan secara *online* di tokonya. Adzkia Hijab Syar’i dapat menembus pasar yang luas karena kualitas produk yang ditawarkan sangat memuaskan sehingga membuat *brand* yang diciptakan sangat kuat.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi bauran pemasaran *online* di toko Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung dalam meningkatkan penjualan? (2) Apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat bauran pemasaran *online* di toko Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung?

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tehnik analisis data menggunakan reduksi data, paparan data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) strategi bauran pemasaran *online* Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung melalui produk dengan memperkuat merek, mempertahankan kualitas produk, dan inovasi produk. 2) strategi bauran pemasaran *online* Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung melalui harga ditetapkan dengan pertimbangan biaya bahan baku, biaya produksi, biaya pelengkap dan memberikan potongan harga. 3) strategi bauran pemasaran *online* Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung melalui saluran distribusi dengan membuka lowongan *reseller* sebanyak-banyaknya. 4) strategi bauran pemasaran *online* Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung melalui promosi dengan menggunakan iklan media sosial *Facebook, Instagram, WhatsApp* dan toko *online*. 5) Faktor pendukung strategi produk Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung yaitu kuatnya *brand*, kualitas yang bagus, dan variasi produk, harga sesuai dengan kualitas, distribusi semakin luas, dan iklan yang menarik. 6) Faktor penghambat strategi produk Adzkia Hijab Syar’i Tulungagung yaitu adanya *complain* karena barang cacat dan sulitnya mengambil kepercayaan konsumen melalui tampilan iklan..

**Kata kunci : Strategi, Pemasaran, Bauran Pemasaran, Pemasaran dalam Islam, Strategi Pemasaran *Online*, Penjualan.**

## ABSTRACT

Thesis with title “**Marketing Mix Strategy to Increase Sales of Syar’i Gamis *Online* in Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung**” Written by Wahyu Ardiana Usolikah, NIM. 17402153132. Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Sharia Economy, State Islamic Institute of Tulungagung. Advisor: Dr. Qomarul Huda, M. Ag.

This research is motivated by an *online* sales business that has many ways to find a market that is in accordance with the desired target and right on target, with little cost but can reach a wider *market* and reach consumers who have criteria that are in accordance with the product. Adzkie Hijab Syar’i used *marketing online* in selling products. *Online marketing* carried out by Adzkie Hijab Syar’i is an effort to reach a predetermined market segmentation, because the high prices cannot be reached only by *offline* stores. Adzkie Hijab Syar’i has learned that competition is so competitive that Adzkie Hijab Syar’i creates business people who are trained in making sales online at their stores. Adzkie Hijab Syar’i can penetrate a wide market because the quality of the products offered is very satisfying, making the *brand* created very strong.

The formulation of this research (1) How is marketing mix strategy to increase sales of Syar’i Gamis *Online* in Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung?. (2) What is the support and obstacle of marketing mix strategy to increase sales of Syar’i Gamis *Online* in Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung?.

The approach used in this research is a qualitative approach with descriptive research types. The data sources obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques by observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques using data reduction, data exposure and conclusion drawing.

The results of this research indicate that, 1) Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung *online* marketing mix strategy through products by strengthening the brand, maintaining product quality, and product innovation. 2) Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung *online* marketing strategy through fixed prices with consideration of raw material costs, production costs, complementary costs and discounted prices. 3) Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung online marketing mix strategy through distribution channels by opening as many *reseller* vacancies as possible. 4) Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung online marketing mix strategy through promotion using social media advertisements *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* and *online* stores. 5) Factors supporting Adzkie Hijab Syar’i’s product strategy are the strength of the brand, good quality, and variety of products, the price according to the quality, the wider distribution, and attractive advertising. 6) The inhibiting factor of Adzkie Hijab Syar’i Tulungagung product strategy is the existence of complaints due to defective goods and the difficulty of taking consumer trust through the display of advertisements.

**Keywords: Strategy, Marketing, Marketing Mix, Marketing in Islamic, *Online* Marketing Strategy, Sales.**