

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Toko Busana “*Indofashion Aziziah*” Bandung Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam” ditulis oleh Lusi Regita Rani, NIM. 17402163077, Pembimbing Dr. H. Dede Nurohman, M. Ag

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan busana muslim di Indonesia yang berkembang sangat pesat serta tingginya tingkat keinginan konsumen terhadap busana muslim sehingga industri busana muslim banyak dibuka dimana – mana. Persaingan yang ketat pun terjadi sehingga setiap perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dalam menarik minat beli konsumen. Pemasaran Islam pun memiliki peran yang sangat besar dalam menghadapi persaingan yang ketat agar tidak ada kecurangan dalam berbisnis secara syariah.

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana Strategi Pemasaran yang diterapkan pada Toko Busana “*Indofashion Aziziah*” Bandung Tulungagung dalam menarik minat beli konsumen? (2) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan pada Toko Busana “*Indofashion Aziziah*” Bandung Tulungagung menurut perspektif Ekonomi Islam ?. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan menjelaskan Penerapan Strategi Pemasaran dalam menarik minat beli konsumen pada Toko Busana “*Indofashion Aziziah*” Bandung Tulungagung. (2) Untuk mengetahui dan menjelaskan Strategi Pemasaran yang Diterapkan pada Toko Busana “*Indofashion Aziziah*” Bandung Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif yaitu pendekatan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian dengan mencari informasi melalui wawancara dengan tiga narasumber. Sedangkan jenis penelitian ini dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif yaitu dengan mendeskripsikan atau menggambarkan objek yang diteliti, objek yang akan diteliti yaitu Strategi Pemasaran Toko Busana “*Indofashion Aziziah*” di Bandung Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Busana “*Indofashion Aziziah*” Bandung Tulungagung adalah strategi pemasaran dengan Bauran Pemasaran yang di dalamnya terdapat 4 (empat) unsur pemasaran yaitu *Product, Price, Place, Promotion*. Toko Busana “*Indofashion Aziziah*” Bandung Tulungagung juga menerapkan strategi pemasaran Islami yang sesuai dengan prinsip pemasaran Islami yaitu *Ikhtiar, Manfaat, Amanah, dan Nasihat*. serta menerapkan pemasaran Islami yang dipraktekkan oleh Nabi Muhammad Saw meliputi *Shiddiq, Amanah, Tabligh, dan Fatannah*.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Minat Beli Konsumen, Pemasaran Islami

ABSTRACT

The thesis with the title "Analysis of Marketing Strategies in Attracting Consumer Purchase Interest in the Clothing Store" Indofashion Aziziah "Bandung Tulungagung According to an Islamic Economic Perspective" was written by Lusi Regita Rani, NIM. 17402163077, Advisor Dr. H. Dede Nurohman, M. Ag

This research is motivated by the development of Muslim clothing in Indonesia which is growing very rapidly and the high level of consumer desire for Muslim clothing so that the Muslim fashion industry is opened everywhere. Tight competition occurs so that every company must have the right marketing strategy in attracting consumer buying interest. Islamic marketing also has a very big role in facing fierce competition so that there is no fraud in doing business in sharia.

The research focus in writing this thesis is (1) How is the marketing strategy applied to the Bandung Tulungagung "Indofashion Aziziah" clothing store in attracting consumer buying interest? (2) How is the marketing strategy applied to the "Indofashion Aziziah" Bandung Tulungagung Clothing Store according to the perspective of Islamic Economics? The objectives of this study are (1) to determine and explain the application of marketing strategies in attracting consumer buying interest in the clothing store "Indofashion Aziziah" Bandung Tulungagung. (2) To find out and explain the Marketing Strategy Applied to the "Indofashion Aziziah" Bandung Tulungagung Clothing Store according to an Islamic Economic Perspective.

In this study, using qualitative research methods with a qualitative approach, namely an approach to understanding the phenomena experienced by research subjects by seeking information through interviews with three sources. While this type of research uses descriptive research, namely by describing or describing the object under study, the object to be studied is the Marketing Strategy of "Indofashion Aziziah" Clothing Store in Bandung Tulungagung according to the Islamic Economic Perspective.

The results of this study indicate that the marketing strategy applied by the "Indofashion Aziziah" Bandung Tulungagung Clothing Store is a marketing strategy with a Marketing Mix in which there are 4 (four) marketing elements, namely Product, Price, Place, Promotion. Clothing Store "Indofashion Aziziah" Bandung Tulungagung also implements an Islamic marketing strategy in accordance with Islamic marketing principles, namely Effort, Benefits, Trust, and Advice. as well as implementing Islamic marketing practiced by the Prophet Muhammad including Siddiq, Amanah, Tabligh and Fatanah.

Keywords: *Marketing Strategy, Consumer Purchase Interest, Islamic Marketing*