

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Merek CV. Tinta Hitam Tulungagung Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen Dalam Prespektif Manajemen Bisnis Syariah” ini ditulis oleh Wardatus Sa’adah, NIM 12405173007, pembimbing Dr. Nur Aziz Muzlim, M.H.I.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh karena adanya pesaing yang berada pada jenis usaha yang sama sehingga CV. Tinta Hitam Tulungagung melakukan strategi merek dengan cara memperkenalkan CV. Tinta Hitam pada masyarakat, dengan memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen dan bisa meningkatkan loyalitas konsumen.

Fokus penelitian ini adalah, 1) Bagaimana strategi merek CV. Tinta Hitam Tulungagung untuk menciptakan loyalitas konsumen. 2) Bagaimana cara CV. Tinta Hitam Tulungagung mengembangkan strategi merek untuk menciptakan loyalitas konsumen. 3) Bagaimana strategi merek CV. Tinta Hitam Tulungagung untuk menciptakan loyalitas konsumen dalam prespektif manajemen bisnis syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penegasan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah strategi merek yang dilakukan CV. Tinta Hitam Tulungagung untuk menciptakan loyalitas konsumen adalah dengan menerapkan elemen strategi merek yaitu: posisi merek (*brand positioning*), identitas merek (*brand identity*), komunikasi merek (*brand communication*), kemudian cara CV. Tinta Hitam Tulungagung mengembangkan strategi merek untuk menciptakan loyalitas konsumen yaitu dengan penetapan elemen yang berhubungan dengan merek, penetapan dimensi citra dengan melakukan komunikasi menjadi sponsor dan melakukan kegiatan CSR, melakukan strategi penetapan merek dengan memberikan harga terjangkau dan kualitas produk baik. Strategi branding CV. Tinta Hitam Tulungagung untuk menciptakan loyalitas konsumen dalam prespektif manajemen bisnis syariah yaitu dengan menerapkan prinsip-prinsip merek dalam islam seperti kepercayaan, kejujuran, menghormati, kedamaian, disiplin, pemahaman, dan kebaikan sehingga menciptakan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : *Strategi merek, Loyalitas Konsumen, Manajemen Bisnis Syariah.*

## ABSTRACT

Thesis with the title “Branding Strategy CV. Tinta Hitam Tulungagung To Create Consumer Loyalty in the Perspective of Sharia Business Management” This was written by Wardatus Sa'adah, NIM 12405173007, mentor Dr. Nur Aziz Muzlim, M.H.I.

The research in this thesis is motivated by the presence of competitors who are in the same type of business so that CV. Tinta Hitam Tulungagung carried out a branding strategy by introducing CV. Tinta Hitam Tulungagung to the community, by providing services that consumers need and can increase consumer loyalty.

The focus of this research is, 1) How is the CV. Tinta Hitam Tulungagung branding strategy to create consumer loyalty. 2) How to do CV. Tinta Hitam Tulungagung develops a branding strategy to create consumer loyalty. 3) What is the CV. Tinta Hitam branding strategy. to create consumer loyalty in the perspective of sharia business management.

This study uses a descriptive approach with a qualitative research type. The data sources obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques by observation, interviews, and documentation. The data analysis technique uses data collection, data reduction, data presentation, and affirmation of conclusions.

The result of this research is the branding strategy that is done by CV. Tinta Hitam Tulungagung to create consumer loyalty is to apply elements of a branding strategy, namely: brand positioning, brand identity, brand communication, then CV. Tinta Hitam Tulungagung developed a branding strategy to create consumer loyalty, namely by determining the elements related to the brand, determining the image dimensions by communicating as sponsors and carrying out CSR activities, carrying out a branding strategy by providing affordable prices and good product quality. CV Tinta Hitam Tulungagung branding strategy to create consumer loyalty in the perspective of sharia business management, namely by applying branding principles in Islam such as trust, honesty, respect, peace, discipline, understanding, and kindness so as to create consumer loyalty.

Keywords: Branding Strategy, Consumer Loyalty, Sharia Business Management.