

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Swalayan Johar Panjerejo Dalam Meningkatkan Minat Beli Dan Loyalitas Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam ditulis oleh Ana Qurotul Aini, NIM 12405173070, jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri Tulungagung . Yang dibimbing oleh Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Alasan konsumen mengapa lebih memilih berbelanja di Swalayan Johar harga terjangkau, parkir gratis terlebih lagi Swalayan Johar mengadakan banyak promo-promo dan hadiah menarik sehingga dapat menambah minat konsumen untuk berbelanja di Swalayan johar

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, yaitu: bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Swalayan Johar dalam meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan? Kedua apakah strategi pemasaran yang diterapkan oleh Swalayan Johar telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam?

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan metode deskriptif dengan model deduksi, dikumpulkan melalui wawancara dengan metode wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Selain itu metode pengumpulan data dengan melalui observasi dan dokumentasi serta metode analisa pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian strategi pemasaran 5P (bauran ritel) dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang diterapkan oleh Swalayan Johar menggunakan strategi yaitu pada produk, harga, promosi, pelayanan, serta fasilitas fisik. Menurut Pandangan Ekonomi Islam dengan hasil penelitian juga menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh swalayan Johar sudah sesuai dengan karekteristik yang terdapat pada syariah marketing yaitu konsep ketuhanan, etis, realistis, dan humanitas.

Kata kunci: strategi pemasaran, minat beli, loyalitas pelanggan.

## ABSTRACT

This thesis is entitled "Analysis of Johar Panjerejo's Self-Service Marketing Strategy in Increasing Buying Interest and Customer Loyalty According to the Islamic Economic Perspective written by Ana Qurotul Aini, NIM 12405173070, Department of Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI), Tulungagung State Islamic Institute of Religion. Supervised by Refki Rusyadi, M.Pd.I.

The reason why consumers prefer to shop at Johar supermarkets is affordable prices, free parking, especially Johar supermarkets hold many attractive promos and prizes so that they can increase consumer interest in shopping at Johar supermarkets

The problems in this study are as follows, namely: how is the marketing strategy implemented by Johar supermarkets in increasing buying interest and customer loyalty? Second, is the marketing strategy implemented by Johar supermarket in accordance with the Islamic economic perspective?

This research is a field research with a descriptive method with a deduction model, collected through interviews with structured and unstructured interview methods. In addition, the method of collecting data through observation and documentation as well as the method of analysis in this research is descriptive qualitative.

Based on the results of the research on the 5P marketing strategy (retail mix) in improving consumer purchasing decisions implemented by Johar Supermarkets using the strategy of product, price, promotion, service, and physical facilities. According to the Islamic Economic View, the results of the study also concluded that the marketing strategy carried out by Johar supermarkets was in accordance with the characteristics contained in sharia marketing, namely the concept of divinity, ethics, reality, and humanity.

Keywords: marketing strategy, buying interest, customer loyalty.