

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Manajemen Pemasaran Syariah dan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Bisnis Jasa Titip (Studi Kasus Bisnis Jasa Titip Putri E-Mall di Surabaya)” ini ditulis oleh Radha Putri Apriliyani, NIM 12405183384, Progam Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag. M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fenomena mengenai semakin banyaknya bisnis jasa titip yang bermunculan pada saat pandemi Covid-19 di Indonesia yaitu sejak tahun 2019. Persaingan yang semakin kuat, tidak menghalangi bisnis jasa titip Putri E-Mall Surabaya yang baru saja didirikan pada Oktober 2020, untuk dapat terus maju dan berkembang. Untuk dapat terus bertahan, diperlukan strategi mengenai manajemen pemasaran syariah dan kualitas layanan yang baik dan sesuai sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen di Putri E-Mall, yang akhirnya akan menimbulkan loyalitas konsumen.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, 1) Bagaimana penerapan promosi, harga, dan distribusi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen di bisnis jasa titip Putri E-Mall Surabaya? 2) Bagaimana penerapan kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen di bisnis jasa titip Putri E-Mall Surabaya?

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian *case study research* (studi kasus) dan bersifat deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer yaitu responden atau informan dari objek penelitian dan data sekunder yaitu berupa data-data penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini yaitu 1) Penerapan promosi, harga, dan distribusi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen pada bisnis jasa titip Putri E-Mall Surabaya yang dilakukan dengan berpusat pada manajemen pemasaran syariah ini telah berjalan dengan baik, hal ini dibuktikan dengan adanya kejujuran dalam berpromosi, dan transparansi harga di Putri E-Mall. 2) Penerapan kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen di bisnis jasa titip Putri E-Mall Surabaya telah berjalan dengan cukup baik, hal tersebut dibuktikan dengan pada bulan Maret 2022 sebanyak 80% konsumen yang berada di Grup WhatsApp Putri E-Mall telah melakukan pembelian berulang di Putri E-Mall dimana terjadi peningkatan kurang-lebihnya sebanyak 10% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu 2021, yang berarti konsumen tersebut merasa puas dan telah timbul loyalitas konsumen tersebut kepada Putri E-Mall.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran Syariah, Promosi, Harga, Distribusi, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, dan Bisnis Jasa Titip.

ABSTRAK

Skripsi with the title "Implementation of Sharia Marketing Management and Service Quality in Improving Consumer Satisfaction and Loyalty in the Delivery Service Business (Case Study of the E-Mall Princess Delivery Service in Surabaya)" was written by Radha Putri Apriliyani, NIM 12405183384, Sharia Business Management Study Program , Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Advisor Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag. M.H.I.

This research is motivated by the phenomenon of the increasing number of courier service businesses that have emerged during the Covid-19 pandemic in Indonesia, namely since 2019. The increasingly strong competition does not prevent the Putri E-Mall Surabaya shopping entrusted goods service business which was just established in October 2020, to be able to continue to progress and develop. To be able to continue to survive, a strategy regarding sharia marketing management and service quality is good and appropriate so that it can provide satisfaction to consumers at Putri E-Mall, which will ultimately lead to consumer loyalty.

The formulation of the problem in this study, namely, 1) How is the application of promotion, price, and distribution in increasing customer satisfaction and loyalty in the Putri E-Mall Surabaya shopping entrusted goods service business? 2) How is the implementation of service quality in increasing customer satisfaction and loyalty in the Putri E-Mall Surabaya shopping entrusted goods service business?

This research uses a qualitative research approach with the type of research is case study research and is descriptive. Sources of data in this study are primary data, namely respondents or informants from the object of research and secondary data in the form of research data. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation.

The results of this study are 1) The application of promotion, price, and distribution in increasing consumer satisfaction and loyalty in the Putri E-Mall Surabaya surrogate service business which is carried out centered on sharia marketing management has been going well, this is evidenced by the honesty in promotions, and price transparency at Putri E-Mall. 2) The implementation of service quality in increasing consumer satisfaction and loyalty in the Putri E-Mall Surabaya shopping entrusted goods service business has been going quite well, this is evidenced by the fact that in March 2022 as many as 80% of consumers in the Putri E-Mall WhatsApp Group had made repeated shopping at Putri E-Mall where there is an increase of approximately 10% compared to the previous year, namely 2021, which means the consumer is satisfied and the consumer's loyalty to Putri E-Mall has arisen.

Keywords: Islamic Marketing Management, Promotion, Price, Distribution, Service Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty, and shopping entrusted goods service business.