

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Citra Merek, Produk, Promosi, dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Membeli Gula Merah di UD. Gula Nirwana Blitar” ini ditulis oleh Rafida Romadhona, NIM. 12405183297, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag., M.H.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Strategi pemasaran dalam menghadapi kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah seringkali menjadi dasar tindakan yang mengarahkan kegiatan pemasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yakni (1) Bagaimana Citra Merek yang ditawarkan UD. Gula Nirwana dalam meningkatkan jumlah pelanggan untuk membeli gula merah di UD. Gula Nirwana Blitar?, (2) Bagaimana Produk yang ditawarkan UD. Gula Nirwana dalam meningkatkan jumlah pelanggan untuk membeli gula merah di UD. Gula Nirwana Blitar?, (3) Bagaimana Promosi yang ditawarkan UD. Gula Nirwana dalam meningkatkan jumlah pelanggan untuk membeli gula merah di UD. Gula Nirwana Blitar?, (4) Bagaimana Pelayanan yang ditawarkan UD. Gula Nirwana dalam meningkatkan jumlah pelanggan untuk membeli gula merah di UD. Gula Nirwana Blitar?

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian dilakukan analisis data dengan menggunakan teknis analisis data berupa reduksi data, penyajian data yang kemudian melakukan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Manajemen yang dilakukan UD Gula Nirwana terkait dengan strategi branding dilaksanaan sesuai dengan elemen strategi branding yaitu *brand positioning*, *brand identity*, *brand communication*.(2) Berbagai strategi bauran pemasaran terkait produk dilakukan oleh UD Gula Nirwana. Hal tersebut dilakukan dalam upaya meningkatkan daya tarik pelanggan. UD Gula Nirwana Blitar. Strategi produk yang dilakukan ini dapat menciptakan gula merah yang berkualitas baik serta menghasilkan gula merah yang bersih dari kotoran dengan memperhatikan tempat pembuatan maupun bahan dan alat pembuatan gula merah. (3) Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi ini juga merupakan bentuk komunikasi pemasaran, artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan produsen. (4) Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Layanan konsumen adalah suatu proses kegiatan yang menambah nilai kepada hubungan pembeli dan penjual.

Kata Kunci: Citra Merek, Produk, Promosi, Pelayanan, Pemasaran

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy for Brand Image, Products, Promotions, and Services in Increasing the Number of Customers Buying Brown Sugar at UD. Sugar Nirwana Blitar" was written by Rafida Romadhona, NIM. 12405183297, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management. Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Advisor Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag., M.H.I

This research is motivated by a marketing strategy in the face of competitive conditions and an ever-changing environment that often becomes the basis for actions that direct marketing activities.

The formulation of the problem in this research are (1) How is the Brand Image offered by UD. Sugar Nirwana in increasing the number of customers to buy brown sugar at UD. Sugar Nirwana Blitar?, (2) What are the products offered by UD. Sugar Nirwana in increasing the number of customers to buy brown sugar at UD. Sugar Nirwana Blitar?, (3) How is the promotion offered by UD. Sugar Nirwana in increasing the number of customers to buy brown sugar at UD. Sugar Nirwana Blitar?, (4) How are the services offered by UD. Sugar Nirwana in increasing the number of customers to buy brown sugar at UD. Nirvana Blitar Sugar?

This study uses a qualitative method with a descriptive approach. The data collection techniques used were observation, interviews, and documentation which were then analyzed using data analysis techniques in the form of data reduction, data presentation and then drawing conclusions.

The results of this study indicate that (1) the management carried out by UD Gula Nirwana related to the branding strategy is carried out in accordance with the elements of the branding strategy, namely brand positioning, brand identity, brand communication. (2) Various marketing mix strategies related to products are carried out by UD Gula Nirwana. This is done in an effort to increase customer attractiveness. UD Sugar Nirwana Blitar. This product strategy can create good quality brown sugar and produce brown sugar that is clean from dirt by paying attention to the place of manufacture as well as materials and tools for making brown sugar. (3) Promotion is an effort to notify or offer products with the aim of attracting potential consumers to buy the products offered. This promotion is also a form of marketing communication, meaning marketing activities that seek to disseminate information, influence or persuade and remind the target market of their products to be willing to accept, buy and be loyal to the products offered by producers. (4) Service quality is one of the most important factors in increasing the number of customers. Customer service is a process of activities that add value to buyer-seller relationships.

Keywords: *Brand Image, Product, Promotion, Service, Marketing*