

## ABSTRAK

Skripsi dengan Judul “Strategi Bauran Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan Jasa Modiste Griya Jahit Harvie Blitar” yang ditulis oleh Surya Betris Shela, NIM.12405183291, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M. M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Strategi pemasaran dalam menghadapi kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah seringkali menjadi dasar tindakan yang mengarahkan kegiatan pemasaran. Jasa modiste dituntut untuk terus berusaha melakukan inovasi-inovasi, mengembangkan dan meningkatkan efektifitas kompetitif serta kualitas perusahaan di mata konsumennya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yakni (1) Bagaimana strategi produk berbasis syariah untuk meningkatkan daya tarik pelanggan jasa modiste Griya Jahit Harvie Blitar?, (2) Bagaimana strategi promosi berbasis syariah untuk meningkatkan daya tarik pelanggan jasa modiste Griya Jahit Harvie Blitar?, (3) Bagaimana strategi harga berbasis syariah untuk meningkatkan daya tarik pelanggan jasa modiste Griya Jahit Harvie Blitar?, (4) Bagaimana strategi lokasi berbasis syariah untuk meningkatkan daya tarik pelanggan jasa modiste Griya Jahit Harvie Blitar?

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui data primer dan sekunder. Data primer yaitu diperoleh dari hasil wawancara langsung peneliti kepada narasumber. Data Sekunder diambil dari dokumenasi, buku-buku, jurnal, artikel, dan lain-lain. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang kemudian dilakukan analisis data dengan menggunakan teknis analisis data berupa kondensasi data, penyajian data yang kemudian melakukan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi pemasaran produk, Griya Jahit Harvie selalu menjaga kualitas produknya dengan cara menggunakan bahan-bahan yang bagus dan aman. (2) Strategi pemasaran Griya Jahit Harvie dengan menggunakan cara periklanan dalam kegiatan promosinya lewat media sosial seperti instragram, facebook, whatsapp. (3) Strategi pemasaran harga, Griya Jahit Harvie dalam menetapkan harga melihat terlebih dahulu harga produk di pasaran dan jenis kain serta kerapian dalam jahitannya. (4) Strategi pemasaran tempat Griya Jahit Harvie yaitu dengan memilih tempat dekat dengan pemukiman strategis mudah dijangkau semua orang.

**Kata Kunci: Pemasaran, Produk, Promosi, Harga, Lokasi**

## **ABSTRACT**

*Thesis entitled “sharia marketing mix Strategy to Increase Customer Attractiveness for Modiste Griya Sewing Harvie Blitar Services” written by Surya Betris Shela, NIM. 12405183291 Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Advisor Prof. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.*

*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. Fashionable services are required to keep trying to innovate, develop and improve competitive effectiveness and the quality of the company in the eyes of its consumers.*

*The formulation of the problem in this study are (1) How is the sharia-based product strategy to increase customer attractiveness of Griya Sewing Harvie Blitar's fashionable services?, (2) What is the sharia-based promotional strategy to increase customer attractiveness of Griya Sewing Harvie Blitar's fashionable service customers?, (3 ) What is the sharia-based pricing strategy to increase the attractiveness of customers of Griya Sewing Harvie Blitar's fashionable services?, (4) What is the sharia-based location strategy to increase the customer's attractiveness of Harvie Sewing's fashionable services?*

*This study uses a qualitative method with a descriptive approach. The data obtained in this study through primary and secondary data. Primary data is obtained from the results of direct interviews of researchers to informants. Secondary data is taken from documentation, books, journals, articles, and others. The data collection techniques used were observation, in-depth interviews, and documentation which were then analyzed using data analysis techniques in the form of data condensation, data presentation and then drawing conclusions.*

*The results of this study indicate that (1) the product marketing strategy, Griya Sewing Harvie always maintains the quality of its products by using good and safe materials. (2) Griya Sewing Harvie's marketing strategy is by using advertising in its promotional activities through social media such as instgram, facebook, whatsapp. (3) Price marketing strategy, Griya Sewing Harvie in setting the price first looks at the price of the product on the market and the type of fabric and the neatness of the stitches. (4) The marketing strategy for Griya Sewing Harvie's place is to choose a place close to a strategic settlement that is easily accessible to everyone.*

**Keywords: Marketing, Product, Promotion, Price, Location**