

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Batik Lochatara Kediri).” yang ditulis oleh Putri Retno Sari, NIM: 126402201030 Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN SATU Tulungagung, dibimbing oleh Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

Strategi pemasaran yang efektif memainkan peran krusial dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, karena menciptakan pengalaman positif dan memenuhi ekspektasi konsumen. Dalam rangka mencapai hal ini, perusahaan perlu memahami dengan baik kebutuhan dan preferensi pelanggan.

Fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana strategi pemasaran Batik lochatara Kediri dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?. 2) Bagaimana faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran Batik lochatara Kediri dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?. 3) Bagaimana strategi pemasaran Batik Lochatara Kediri dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ditinjau dari ekonomi Islam?.

Metode dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang didasarkan pada kondisi alamiah, bukan situasi kondisi terkendali, laboratoris ataupun eksperimen, dengan terjun ke lapangan secara langsung bersama objek penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif dari model Miles, Huberman. Aktifitas dalam analisis data yaitu: *Data Condensation*, *Data Display*, dan *Conclusion Drawing / Verificatinons*.

Hasil penelitian yaitu: 1) Strategi pemasaran Batik Lochatara Kediri dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan menerapkan bauran pemasaran 4P berupa harga, produk, lokasi dan promosi. Dengan fokus pada kepuasan pelanggan, perusahaan berinvestasi dalam memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan secara mendalam. 2) Faktor pendukung Batik Lochatara Kediri dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan strategi pemasaran 4P (Produk, harga, lokasi dan promosi) untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. 3) Strategi pemasaran Batik Lochatara Kediri dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ditinjau dari ekonomi Islam berfokus pada meningkatkan kepuasan pelanggan harus senantiasa mencerminkan nilai-nilai etika dan prinsip-prinsip syariah yaitu kejujuran dan keadilan serta memberikan manfaat bagi konsumen agar tercipta suatu kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Kepuasan Pelanggan, Ekonomi Islam.

ABSTRACT

This research is entitled “Marketing Strategy in Increasing Customer Satisfaction in Review of Islamic Economics (Study on Batik Lochatara Kediri).” written by Putri Retno Sari, NIM: 126402201030 Sharia Economics Study Program, Department of Economics. Faculty of Economics and Islamic Business, UIN SATU Tulungagung, supervised by Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

An effective marketing strategy plays a crucial role in increasing customer satisfaction, as it creates a positive experience and meets consumer expectations. In order to achieve this, companies need to understand well the needs and preferences of customers.

The formulation of the problems in this study are: 1) How is the marketing strategy of Batik lochatara Kediri in increasing customer satisfaction? 2)How are the supporting and inhibiting factors of Batik lochatara Kediri marketing strategy in increasing customer satisfaction?. 3)How is the marketing strategy of Batik Lochatara Kediri in increasing customer satisfaction in terms of Islamic economics?.

The method in this study uses descriptive qualitative research, which is research based on natural conditions, not controlled conditions, laboratories or experiments, by going directly to the field with the object of research. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. Data analysis techniques using interactive analysis of the Miles, Huberman model. Activities in data analysis are: Data Condensation, Data Display, and Conclusion Drawing / Verificatinons.

The results of the study are: 1) The marketing strategy of Batik Lochatara Kediri in increasing customer satisfaction is by implementing the 4P marketing mix in the form of price, product, location and promotion. By focusing on customer satisfaction, the company invests in understanding customer needs, wants, and expectations in depth. 2) The supporting factors of Batik Lochatara Kediri in this study are related to the 4P marketing strategy (product, price, location and promotion) to increase customer satisfaction. 3) The marketing strategy of Batik Lochatara Kediri in increasing customer satisfaction in terms of Islamic economics focuses on increasing customer satisfaction must always reflect ethical values and sharia principles, namely honesty and justice and provide benefits to consumers in order to create a customer satisfaction.

Keywords: *Marketing Strategy, Customer Satisfaction, Islamic Economics.*