

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Strategi Pemasaran Untuk Mempertahankan Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Hesty Collection Prigi Watulimo)**” ini ditulis oleh Ika Ratna Aprilina, NIM. 17402163600, Pembimbing Jusuf Bachtiar, SS., M. Pd.

Perkembangan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa kita hindari. Perusahaan harus memanfaatkan teknologi yang ada dalam menjalankan usahanya. Perusahaan dapat memanfaatkan teknologi untuk keperluan promosi dan komunikasi dengan konsumen. Dalam memanfaatkan teknologi tentunya harus sesuai strategi pemasaran yang ada agar produk yang dipasarkan terjual dan dapat bertahan dalam persaingan yang ketat di dunia bisnis. Banyak sekali jenis-jenis strategi pemasaran yang digunakan, contohnya adalah Mix Marketing yang terdiri dari *Produk, Price, Place, Promotion*.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran untuk mempertahankan kepuasan konsumen di Hesty Collection Prigi Watulimo? dan (2) Bagaimana strategi pemasaran untuk mempertahankan kepuasan konsumen di Hesty Collection Prigi Watulimo dalam perspektif etika bisnis Islam?

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian Studi Kasus. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu teknik wawancara, dokumentasi, dan Observasi. Adapun informan dari penelitian ini adalah pemilik dan bagian pemasaran Hesty Collection. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Hesty Collection mempertahankan kepuasan konsumen dengan menggunakan strategi produk dengan memberikan produk-produk bagus dan berkualitas dengan harga yang terjangkau, promosi dengan menggunakan diskon, harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan toko yang baik, dan (2) Strategi-strategi yang dilakukan oleh Hesty Collection telah sesuai dengan syariah Islam, dibuktikan dengan penyediaan produk yang baik dan berkualitas sesuai dengan dalil yang ada.

Kata Kunci: *Strategi, Pemasaran, Kepuasan Konsumen*

ABSTRACT

The thesis entitled "**Marketing Strategy To Maintain Customer Satisfaction In The Perspective of Islamic Business Ethics (Case Study in Hesty Collection Prigi Watulimo)** " was written by Ika Ratna Aprilina, NIM. 17402163600, Supervisor Jusuf Bachtiar, SS., M. Pd.

Technological development is something that we cannot avoid. Companies must take advantage of existing technology in running their business. Companies can use technology for promotion and communication with consumers. In utilizing technology, of course, it must be in accordance with the existing marketing strategy so that the marketed products are sold and can survive in the fierce competition in the business world. There are so many types of marketing strategies used, for example, Mix Marketing which consists of Product, Price, Place, Promotion.

The aims of this study are (1) what is the marketing strategy to maintain customer satisfaction at Hest Collection Prigi Watulimo? and (2) what is the marketing strategy to maintain customer satisfaction at Hest Collection Prigi Watulimo in the perspektive of Islamic Business Ethics?

This research uses a qualitative approach with the type of case study research. This study uses data collection techniques, namely interview, documentation, and observation techniques. The sources of this research are the owner and marketing department of Hesty Collection. This study uses data analysis techniques in the form of data condensation, data presentation and drawing conclusions. Checking the validity of the data in this study using source triangulation techniques.

The results of this study indicate that (1) Hesty Collection maintains consumer satisfaction by using a product strategy by providing good and quality products at affordable prices, promotions using discounts, affordable prices and good store service quality, and (2) Strategy -The strategy carried out by Hesty Collection is in accordance with Islamic sharia, as evidenced by the provision of good and quality products in accordance with existing arguments.

Keywords: Strategy, Marketing, Customer Satisfaction