

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Marning Jagung LIBALIBI Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Marketing Mix Syariah” ini ditulis oleh Muna Sofiana, NIM. 126402211037, dengan pembimbing Dr. Muniri, M.Pd.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Loyalitas Pelanggan, Marketing Mix Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Salah satunya cara untuk mempertahankan loyalitas pelanggan pada produk Marning Jagung adalah dengan meningkatkan bauran pemasaran. Pada pemasaran suatu perusahaan harus memuaskan konsumen agar memperoleh tanggapan yang baik dan akan merasa puas akan loyal dan akan berhimbis terhadap peningkatan penjualan.

Rumusan masalah dari penelitian ini: (1) Bagaimana penerapan elemen-elemen syariah marketing mix dalam strategi pemasaran produk Marning Jagung LIBALIBI? (2) Bagaimana strategi pemasaran berbasis marketing mix syariah dapat meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan pada produk Marning Jagung LIBALIBI?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk menjelaskan penerapan elemen-elemen marketing mix syariah dalam strategi pemasaran produk Marning Jagung LIBALIBI. (2) untuk menjelaskan strategi pemasaran berbasis marketing mix syariah dapat meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan pada produk Marning Jagung LIBALIBI.

Metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Data yang diperoleh dari perusahaan Marning Jagung LIBALIBI selanjutnya akan dideskripsikan sesuai keadaan yang terjadi dan kemudian dibandingkan dengan teori yang sudah ada. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian dianalisis dengan reduksi data serta pengecekan keabsahan dengan triangulasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Penerapan elemen-elemen pada produk Marning Jagung LIBALIBI sudah sesuai dengan marketing mix Syariah yakni dengan produk berkualitas dan halal, harga fleksibel, promosi personal dan digital, lokasi strategis, karyawan terpercaya, pelayanan pengiriman langsung, serta janji pengiriman tepat waktu dan kualitas konsisten. Perusahaan juga sabar dan ramah dalam melayani pelanggan sesuai prinsip syariah. (2) Strategi marketing mix syariah pada produk Marning Jagung LIBALIBI dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui produk berkualitas, harga sesuai nilai, promosi efektif, lokasi strategis, pelayanan ramah, proses transaksi mudah, bukti fisik terpercaya, janji yang ditepati, dan sikap sabar menerima masukan pelanggan.

ABSTRACT

The thesis with the title "Marketing Strategy of LIBALIBI Corn Marning Products in Maintaining Customer Loyalty Reviewed from the Sharia Marketing Mix" was written by Muna Sofiana, NIM. 126402211037, with the supervisor Dr. H. Muniri, M.Pd.

Keywords: Marketing Strategy, Customer Loyalty, Sharia Marketing Mix

This research is motivated by the fact that in an era of increasingly fierce business competition, companies must have an effective marketing strategy to maintain customer loyalty. One way to maintain customer loyalty to Marning Corn products is to increase the marketing mix. In marketing, a company must satisfy consumers in order to get a good response and will feel satisfied to be loyal and will appeal to increase sales.

The formulation of the problem of this study: (1) How is the application of sharia elements of the marketing mix in the marketing strategy of Marning Corn LIBALIBI products? (2) How can a marketing strategy based on a sharia marketing mix increase and maintain customer loyalty to the LIBIBI Corn Marning product?. The objectives of this study are: (1) to explain the application of sharia marketing mix elements in the marketing strategy of Marning Corn LIBALIBI products. (2) to explain the marketing strategy based on sharia marketing mix that can increase and maintain customer loyalty to the LIBIBI Corn Marning product.

The research method uses a qualitative approach with a descriptive qualitative research type. The data obtained from the LIBALIBI Corn Marning company will then be described according to the circumstances that occur and then compared with existing theories. The data collection techniques in this study are observation, interviews, and documentation. Then it was analyzed by data reduction and validity check by triangulation.

The results of this study show that (1) The application of elements in LIBALIBI Corn Marning products is in accordance with the Sharia marketing mix, namely with quality and halal products, flexible prices, personal and digital promotions, strategic locations, trusted employees, direct delivery services, and promises of timely delivery and consistent quality. The company is also patient and friendly in serving customers according to sharia principles. (2) Sharia marketing mix strategy for Marning Corn LIBALIBI products in increasing customer loyalty through quality products, value-based prices, effective promotions, strategic locations, friendly service, easy transaction processes, reliable physical evidence, promises kept, and patient attitude to receive customer input.