

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi *Marketing Mix 12P* Untuk Memperkuat *Brand Image* Perusahaan Logistik Bersertifikat Halal Pada PT. Yudhistira Perkasa Abadi” ini ditulis oleh Rosa Furoida, NIM. 126405212146, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, dengan pembimbing Mega Tunjung Hapsari, M. AP.

Kata kunci: Strategi *Marketing Mix 12P*, *Brand Image*, Perusahaan Logistik Bersertifikat Halal

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan dalam industri logistik di Indonesia mendorong perusahaan untuk konsisten dan transparan dalam memenuhi kebutuhan konsumen serta menjaga citra perusahaan. Dalam industri logistik, *brand image* menjadi sangat penting untuk memengaruhi kepercayaan dan loyalitas pelanggan. PT. Yudhistira Perkasa Abadi, sebagai perusahaan logistik bersertifikat halal sejak tahun 2024, menghadapi tantangan untuk memperkuat citra mereknya di tengah meningkatnya kesadaran akan produk dan jasa halal di Indonesia. Penerapan strategi *Marketing Mix 12P* menjadi penting untuk menganalisis bagaimana setiap elemen dapat berkontribusi dalam memperkuat *brand image* Perusahaan.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah; untuk menganalisis upaya PT. Yudhistira Perkasa Abadi dalam menerapkan strategi *Marketing Mix 12P* tersebut sehingga dapat memperkuat *brand image* pada perusahaan logistik bersertifikat halal.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini berasal dari hasil wawancara dengan narasumber yang terdiri dari; Manajer HRD, karyawan, dan pelanggan. Berkas dokumentasi dan data sekunder berasal dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Pengecekan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah; secara keseluruhan strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Yudhistira Perkasa Abadi sudah cukup baik yang dianalisis melalui strategi *Marketing Mix 12P*. Perusahaan berhasil memperkuat *brand image* sebagai penyedia jasa logistik bersertifikat halal yang profesional dan dapat diandalkan terhadap kebutuhan pasar. Peningkatan loyalitas pelanggan dari tahun 2021 hingga 2024 menjadi bukti nyata keberhasilan strategi ini dalam membangun hubungan saling menguntungkan dan memperkuat *brand image* perusahaan.

ABSTRACT

The thesis entitled "Analysis of the 12P Marketing Mix Strategy to Strengthen the Brand Image of a Halal Certified Logistics Company at PT. Yudhistira Perkasa Abadi" was written by Rosa Furoida, NIM. 126405212146, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management, supervised by Mega Tunjung Hapsari, M. AP.

Keywords: 12P Marketing Mix Strategy, Brand Image, Halal-Certified Logistics Company

This research is motivated by the increasingly fierce competition in the logistics industry in Indonesia, which pushes companies to be consistent and transparent in meeting consumer needs and maintaining their corporate image. In the logistics industry, brand image is crucial in influencing customer trust and loyalty. PT. Yudhistira Perkasa Abadi, as a halal-certified logistics company since 2024, faces the challenge of strengthening its brand image amidst the growing awareness of halal products and services in Indonesia. The application of the 12P Marketing Mix strategy becomes important to analyze how each element can contribute to strengthening the company's brand image.

The focus of this thesis research is: to analyze PT. Yudhistira Perkasa Abadi's efforts in implementing the 12P Marketing Mix strategy to strengthen the brand image of its halal-certified logistics company.

The type of research used in this study employs a qualitative approach with a descriptive research design. The data sources for this research are derived from interviews with informants consisting of: the HR Manager, employees, and customers. Documentary evidence and secondary data come from books, journals, and previous research related to the thesis title. Data collection techniques were carried out through field observation, interviews, and documentation. Data validity was checked using triangulation.

The research findings are: overall, the marketing strategy implemented by PT. Yudhistira Perkasa Abadi, analyzed through the 12P marketing mix strategy, is quite good. The company has successfully strengthened its brand image as a professional, reliable, and market-responsive halal certified logistics service provider. The increasing customer loyalty from 2021 to 2024 is clear evidence of the success of this strategy in building mutually beneficial relationships and strengthening the company's brand image.