

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Halal dalam Upaya Menjaga Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Perusahaan Kue Geti UD Primadona)” ini ditulis oleh Fudatul A’yunin, NIM 1742143105, dosen pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena semakin bertambahnya konsumen muslim yang membutuhkan jaminan halal atas produk yang dikonsumsi. Jaminan halal tersebut merupakan unsur dari produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus menetapkan strategi pemasaran untuk mewujudkan kepuasan pelanggan sehingga terciptalah loyalitas konsumen. Dalam hal ini peneliti melakukan analisis strategi pemasaran produk halal dalam upaya menjaga loyalitas konsumen pada perusahaan kue geti UD Primadona.

Fokus dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran produk halal pada perusahaan kue geti UD Primadona? (2) Bagaimana strategi pemasaran produk halal dalam upaya menjaga loyalitas konsumen pada perusahaan kue geti UD Primadona?

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk menganalisis strategi pemasaran produk halal pada perusahaan kue geti UD Primadona. (2) Untuk menganalisis strategi pemasaran produk halal dalam upaya menjaga loyalitas konsumen pada perusahaan kue geti UD Primadona.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sedangkan data yang diambil adalah dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi dengan pihak perusahaan, karyawan dan konsumen UD Primadona.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD Primadona menerapkan strategi pemasaran bauran pemasaran yang terdiri dari empat variabel yaitu produk, harga, lokasi dan promosi. Adapun strategi produk (*product*) yang dilakukan yaitu dengan menjaga kebersihan dan kualitas produk agar sesuai dengan prinsip *halalan thayyiban* dan menjamin kehalalan produk. Selanjutnya strategi harga (*price*) yaitu tidak menaikkan harga dengan adanya proses sertifikasi dan melakukan segmentasi demografis sebelum penetapan harga jual. Kemudian strategi lokasi (*place*) yaitu dengan menjaga kebersihan lokasi pengolahan, penjualan dan kendaraan yang digunakan dalam proses pengiriman agar terhindar dari kotoran dan najis yang dapat merusak barang. Strategi promosi (*promotion*) yang dilakukan melalui pameran yang diselenggarakan pada tingkat kecamatan dan kabupaten, dalam kegiatan ini perusahaan tidak menyampaikan terkait dengan jaminan halal pada produk. Sedangkan dalam upaya menjaga loyalitas konsumen strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD Primadona yaitu menjaga kualitas produk, menciptakan ciri khas produk, jaminan produk halal dan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Produk Halal, Loyalitas Konsumen.*

## **ABSTRACT**

*The thesis “Analysis Marketing Strategy Of Halal Product In An Effort To Maintain Customer Loyalty (Case Study in Geti Cake Company of UD Primadona)”, was written by Fuadatul A’yunin, NIM 1742143105, supervisor Dr. Qomarul Huda, M.Ag.*

*This research is motivated by the phenomenon of increasingly muslim consumers who need a halal guarantee on a product. The halal guarantee is an element of the product that can give satisfaction to the consumer. Therefore, every company have to establish marketing strategy to realize customer satisfaction so as to create cunsomer loyalty. In this case the researchers conducted an analysis marketing strategy of product halal in an effort to maintain customer loyalty in geti cake company of UD Primadona.*

*The focus of this research are (1) How is marketing strategy of halal products on the geti cake company of UD Primadona? (2) How is marketing strategy of halal products in an effort to maintain customer loyalty in the geti cake company of UD Primadona?*

*The purpose of this research are (1) To analyze the marketing strategy of halal products in the geti cake company of UD Primadona.(2) To analyze the marketing strategy of halal products in an effort to maintain customer loyalty in the geti cake company of UD Primadona.*

*This research used a qualitative approach with descriptive research type. While, the data taken by using the method of interviewing, observation and documentation with the company, employees and consumer of UD Primadona.*

*The results showed that UD Primadona applying marketing mix as a marketing strategy consisting of four variables there are product, price, location and promotion. As the product strategy applied is to maintain cleanliness and product quality in order to according to the principle halalan thayyiban and guarantee halal. Then the price strategy are not raise the prices along with the halal certification process and do demographic segmentation before set the sale price. Then the place strategy are keeping clean the location of processing, sales and vehicles that used in the shipping process to avoid dirt and impure that can damage the product. Promotion strategy are exhibitions that held at districts level, in this exhibitions company does not inform the halal guarantee on the product. While in effort to maintain customer loyalty marketing strategy applied by UD Primadona are keeping product quality, creates the distinctive features of the product, guarantee halal products and service quality.*

*Key words: Marketing Strategy, Halal Product, Customer Loyalty.*