

## ABSTRAK

Sekripsi dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Bakpia Eka Tulungagung)" Ditulis Oleh Maulida Nikmatul Auwalin, NIM 1742143164, Pembimbing Oleh Nur Aziz Muslim, M.H.I

"*Bakpia Eka*" merupakan salah satu *home industri* di Tulungagung yang bergerak dibidang kuliner yaitu membuat jajanan khas Tulungagung yang dibuat oleh salah satu warga Desa Kedungsuko. Suatu bisnis agar terus berkembang dengan baik dan mampu bersaing dengan produk sejenis tentunya dibutuhkan strategi yang khusus untuk mengembangkannya dan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produknya. Dalam mengembangkan usahanya "*Bakpia Eka*" telah menggunakan strategi tertentu, mulai dari strategi pemasaran hingga bagaimana cara mengatasi berbagai kendala yang dihadapi oleh "*Bakpia Eka*".

Fokus penelitian dalam sekripsi ini yaitu: 1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha dalam meningkatkan loyalitas konsumen "*Bakpia Eka*" Tulungagung? 2) Bagaimana kendala pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen "*Bakpia Eka*" Tulungagung? 3) Bagaimana solusi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen "*Bakpia Eka*" Tulungagung?

Penelitian ini termasuk penelitian studi lapangan yang bertujuan untuk mengetahui tentang strategi yang dilakukan dalam rangka dalam meningkatkan loyalitas konsumen "*Bakpia Eka*" ditinjau dari ekonomi Islam. Dalam proses pelaksanaannya penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang memfokuskan kajiannya pada strategi pemasaran yang dilakukan serta solusi yang dilakukan dalam mengatasi kendala pemasaran produk bakpia. Data diambil dengan menggunakan metode wawancara dengan para informan "*Bakpia Eka*", observasi dan dokumentasi dilingkungan "*Bakpia Eka*", selanjutnya data diolah kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif- kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait strategi pemasaran produk, harga, promosi, dan distribusi, maka diperoleh kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan "*Bakpia Eka*" dengan meningkatkan kualitas produknya yaitu menggunakan bahan baku dan proses produksi yang halal, penentuan harga didasarkan pada biaya produksi dan upah karyawannya, promosi produk diutamakan melalui *media social* karena waktu dan tenaga yang efisien. Saluran distribusi atau tempat dapat diakses para konsumennya karena tempat tidak jauh dari kota. "*Bakpia Eka*" juga menerapkan strategi pemasaran Islami dimana dalam kegiatan bisnisnya bertujuan untuk mencapai kemaslahatan bersama. Kendala dalam pemasaran ini adalah terkait saluran distribusi, banyaknya konsumen dari luar kota sehingga perlunya membuka cabang atau outlet "*Bakpia Eka*".

**Kata Kunci** : Strategi *Marketing Mix*, Loyalitas Konsumen, Pemasaran Islami

## ABSTRACT

This research titled "Analysis of Marketing Strategy In Improving Consumer Loyalty Viewed From Islamic Economics (Case Study Bakpia Eka Tulungagung)" Written By Maulida Nikmatul Auwalin, NIM 1742143164, adviser By Nur Aziz Muslim, M.H.I

"Bakpia Eka" is one of the home industry in Tulungagung which is engaged in the culinary of making typical snacks Tulungagung made by one of the villagers Kedungsuko. A business to continue to grow well and able to compete with similar products would require a special strategy to develop and improve customer satisfaction with its products. In developing its business "Bakpia Eka" has used a certain strategy, ranging from marketing strategy to how to overcome various obstacles faced by "Bakpia Eka".

The focus of research in this thesis is: 1) How marketing strategy undertaken by entrepreneurs in improving consumer loyalty "Bakpia Eka" Tulungagung? 2) What are the marketing constraints in increasing consumer loyalty "Bakpia Eka" Tulungagung? 3) How is the marketing solution in improving consumer loyalty "Bakpia Eka" Tulungagung?

This research includes a field study that aims to find out about the strategies undertaken in order to increase consumer loyalty "Bakpia Eka" in terms of Islamic economics. In the process of conducting this research using qualitative descriptive approach that focuses its study on marketing strategy undertaken as well as solutions made in overcoming marketing constraints bakpia products. The data were taken by using interview method with informants "Bakpia Eka", observation and documentation of environment "Bakpia Eka", then the data processed then analyzed by descriptive-qualitative method.

Based on the results of research that has been done related product marketing, price, promotion, and distribution, it can be concluded that the marketing strategy that is done "Bakpia Eka" by increasing the quality of its products is using raw materials and halal production process, pricing is based on production costs and wages of employees, product promotion is preferred through social media because time and energy efficient. Distribution channels or places accessible to its customers because the place is not far from the city. "Bakpia Eka" also implements an Islamic marketing strategy whereby in its business activities aims to achieve mutual benefit. Constraints in this marketing is related to distribution channels, the number of consumers from outside the city so the need to open a branch or outlet "Bakpia Eka".

**Keywords:** *Marketing Mix Strategy, Consumer Loyalty, Islamic Marketing*