

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Pada Hotel Muslim Kota Kediri” ini ditulis oleh Achmad Muslim, NIM. 2824133002, pembimbing Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan bisnis syariah yang merambah ke sektor *life style* dalam hal ini adalah bisnis perhotelan. Berkembangnya bisnis hotel syariah ini sebagai penunjang pariwisata di Indonesia yang tidak hanya berorientasi pada komersil tetapi juga selalu menjunjung tinggi nilai luhur agama Islam. Dalam pemasarannya harus memiliki strategi agar pencapaian target berjalan efektif dan efisien. Strategi pemasaran erat kaitannya dengan manajemen, apabila strategi pemasaran di bawah standar maka dapat mempengaruhi kualitas pelayanan dan daya tarik menginap konsumen.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana manajemen pemasaran dalam hotel Muslim berdasarkan bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) ? (2) Bagaimana strategi pemasaran melalui bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) yang dilakukan hotel Muslim kota Kediri dalam meningkatkan daya tarik konsumen? (3) Bagaimana okupansi hotel muslim kota kediri?. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan manajemen pemasaran dalam hotel Muslim berdasarkan bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*), mendeskripsikan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) yang dilakukan hotel Muslim kota Kediri dalam meningkatkan daya tarik konsumen dan mengetahui data okupansi hotel muslim.

Skripsi ini bermanfaat bagi hotel Muslim kota Kediri Sebagai dasar pengambilan keputusan dalam strategi meningkatkan daya tarik konsumen serta sebagai bahan evaluasi teknis perusahaan. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumentasi akademik yang berguna untuk dijadikan acuan civitas akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dan dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode obeservasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis menggunakan teknik deskriptif kualitatif yang menganalisis data tertulis maupun lisan tentang fenomena yang terjadi.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa strategi pemasaran yang diterapkan di hotel Muslim yaitu *product, price, place, promotion*. Hotel Muslim selalu memaksimalkan keempat elemen tersebut guna meningkatkan daya tarik konsumen untuk menginap di hotel Muslim. Hotel Muslim juga memaksimalkan kualitas pelayanan serta sarana prasarana agar konsumen memperoleh kepuasan pelayanan.

Kata kunci : *life style*, Strategi Pemasaran, hotel Muslim, 4P (*product, price, place, promotion*).

## ABSTRACT

Muslim, Achmad. Students Registered Number. 2824133002.2017. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Pada Hotel Muslim Kota Kediri. Sarjana Thesis. Advisor: Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is influenced of the development of syariah bussiness which increase in life style sector that is hotel bussiness. The developing of syariah hotel as supporting of tourism places in Indonesia which do not focus on commercial sector only, but it can increase the Islamic culture. It must have a good marketing strtegies to get the target effectively. Marketing strategy connect to management, if the marketing strategy has lowest standart, so it can affect the serviced quality and the customer.

The formulation of research problems were: (1) How is the management of marketing in Muslim Hotel based on (*product, price, place, promotion*) ? (2) How is the marketing strategy in Hotel Muslim based on (*product, price, place, promotion*) to interest the customer in Kediri? (3) How is the occupancy in hotel muslim?. The purpose of this study are: To describe the marketing management of Muslim Hotel based on (*product, price, place, promotion*) and describe the marketing stategy of Muslim Hotel dan based on (*product, price, place, promotion*) to interest the customer in Kediri.

This thesis will give benefit for Muslim Hotel in Kediri as a decision in increasing the the customer and as the material of evaluation for Hotel Muslim. For University can use as the reference of thesis especialy for student of IAIN. This thesis is qualittaitave approach which use descriptive qualitative and for collecting the data use observation, interview and dokumentation. The tehcnique of analysing the data is deskriptive qualitative which use written data or orally data about phenomenon.

The result of this thesis is the marketing strategy used by Muslim Hotel is Dari *product, price, place, promotion*. Muslim Hotel always gives *product, price, place, promotion* to increase the customer to stay in Muslim Hotel. It also increase the quality of service to get the satisfaction of customer.

**Keywords:** *life style, Marketing strategies, hotel Muslim, 4P (product, price, place, promotion)*