

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Jingga Silvia dengan NIM: 3722023 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) skripsi **“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Marketing Mix (7P) Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Kasus : Sanjai Saiyo di Ketinggian Kecamatan Harau Kabupaten Lima Puluh Kota)”**.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan usaha kuliner, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat guna mempertahankan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha, terutama bagi UMKM yang bergerak pada produk khas daerah. Sanjai Saiyo merupakan salah satu UMKM kuliner di Kecamatan Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota, yang menghadapi tantangan berupa fluktuasi penjualan, meningkatnya jumlah pesaing sejenis, serta belum optimalnya pemanfaatan media pemasaran digital. Selain itu, sebagai usaha yang berlandaskan nilai-nilai Islam, penerapan prinsip bisnis syariah menjadi aspek penting dalam menjalankan kegiatan pemasaran.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Sanjai Saiyo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan ditinjau dari perspektif bisnis syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan melibatkan pemilik usaha, pelanggan, serta masyarakat sekitar sebagai informan penelitian. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan menelaah hasil temuan lapangan yang dikaitkan dengan konsep strategi pemasaran dan prinsip bisnis syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sanjai Saiyo telah menerapkan bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, pelayanan, proses, dan bukti fisik yang dijalankan sesuai dengan prinsip bisnis syariah. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas rasa yang konsisten, menggunakan bahan baku halal, serta ditawarkan dengan harga yang terjangkau sehingga mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Lokasi usaha yang strategis turut mendukung kemudahan akses konsumen, khususnya wisatawan. Dari sisi pelayanan, Sanjai Saiyo memberikan layanan yang ramah dan jujur dalam setiap transaksi, sementara proses produksi dan penjualan dilakukan secara terbuka dan bertanggung jawab. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang selaras dengan prinsip bisnis syariah berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Loyalitas Pelanggan, Bisnis Syariah*