

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Muhammad Naufal dengan NIM 3722220, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Mengangkat judul skripsi Analisis Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Perspektif Manajemen Bisnis Syariah pada Warung Joyoboyo Kota Bukittinggi.

Yang menjadi latar belakang penelitian ini adalah semakin meningkatnya persaingan usaha kuliner yang menuntut pelaku usaha memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk menarik dan mempertahankan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, Warung Makan Joyoboyo perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif agar mampu bersaing dan meningkatkan minat konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Warung Makan Joyoboyo dalam mempertahankan loyalitas konsumen ditinjau dari perspektif manajemen bisnis syariah. Warung Makan Joyoboyo merupakan salah satu usaha kuliner di Kota Bukittinggi yang menawarkan menu utama ayam geprek dengan inovasi paket “Merdeka” yang memberikan tambahan nasi, minuman, dan sambal sepuasnya. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan konsumen Warung Makan Joyoboyo, observasi, serta dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa konsumen yang memiliki tingkat loyalitas berbeda. Analisis data dilakukan dengan mengkaji strategi pemasaran berdasarkan konsep marketing mix 4P, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi, serta dikaitkan dengan loyalitas konsumen dan prinsip manajemen bisnis syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Warung Makan Joyoboyo telah diterapkan dengan cukup baik. Dari aspek produk, kualitas ayam geprek yang besar, lalapan segar, serta variasi sambal menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen. Dari aspek harga, harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk menjadikan daya tarik utama dalam menciptakan persepsi nilai yang lebih bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Dari aspek tempat, lokasi yang strategis dan fasilitas yang nyaman mendukung kenyamanan pelanggan, meskipun masih terdapat kendala pada lahan parkir. Dari aspek promosi, pemanfaatan media sosial serta promosi dari mulut ke mulut terbukti efektif dalam menarik konsumen.

Kata kunci: Strategi pemasaran, loyalitas konsumen, marketing mix 4P, manajemen bisnis syariah