

ABSTRAK

Analisis Strategi Pemasaran Produk Halal Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Konsumen (Study Kasus Rumah Makan Ayam Geprek Benu Surabaya)

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang sangat penting, salah satunya mengenai strategi pemasaran. Seperti pada Rumah makan ayam geprek benu Surabaya ini memiliki tujuan ingin meningkatkan produk halal dengan cara 4 variabel yaitu terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*. Pemasaran dibutuhkan organisasi agar seluruh tujuannya dapat tercapai dengan mudah. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai bagaimana strategi pemasaran dengan menjaga loyalitas konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan tiga pendekatan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai strategi pemasaran yang telah dilakukan rumah makan baik dari segi pemilihan pasar, produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, dan proses sudah dapat dikatakan efektif dalam rangka mengembangkan jaringan bisnis dilihat dari hasil analisis berbagai indikator efektivitas menggunakan pendekatan sumber, pendekatan proses, dan pendekatan sasaran, serta dilihat dari semakin meningkatnya jumlah konsumen yang loyal.

Kata kunci : strategi pemasaran

ABSTRACT

Analysis of Halal Product Marketing Strategies in an Effort to Maintain Consumer Loyalty (Case Study of Benu Geprek Chicken Restaurant Surabaya).

Marketing is one of the most important economic activities, one of which is about marketing strategies. As in the restaurant, geprek benu chicken, Surabaya has the aim of improving halal products by means of 4 variables, consisting of product, price, place, promotion. Marketing is needed by the organization so that all of its goals can be achieved easily. This study aims to answer the question of how to market strategies by maintaining consumer loyalty

The research method used in this research is descriptive qualitative research method with the type of field research. The method of data collection in this study uses interview methods and documentation. The data analysis technique uses three approaches, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing.

The results showed that various marketing strategies that have been done by restaurants both in terms of market selection, products, prices, places, promotions, human resources, and processes can be said to be effective in developing business networks seen from the analysis of various effectiveness indicators using the approach sources, process approaches, and target approaches, and seen from the increasing number of loyal consumers

Keywords : marketing strategy