

**STRATEGI PEMASARAN BISNIS UD JASAD BARU  
BAPUHBANDUNG GLAGAH LAMONGAN DALAM  
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN  
BERDASARKAN PERSPEKTIF ISLAM**

Nama : Moh. Syifaul Ihsani  
NIM : 1031710039  
Dosen Pembimbing : Dr. BAMBANGTUTUKO,S.E.,M.M.,CFP®

**ABSTRAK**

Strategi pemasaran yang tepat bisa membuat pelanggan mempercayai produk kita dan pelanggan yang sangat puas menghasilkan beberapa manfaat bagi suatu usaha. Para pelanggan yang puas cenderung tidak memperhatikan murah atau mahal nya harga, karena ketika pelanggan puas maka pelanggan akan berbicara kepada orang lain tentang kebaikan usaha tersebut beserta produk-produknya, dan tetap setia untuk periode yang lama. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan field reaserch. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses terjadinya strategi pemasaran bisnis UD Jasad Baru Bapuhbandung Glagah Lamongan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan perspektif Islam. Pada usaha UD Jasad Baru yang berlokasi di Desa Bapuhbandung, Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan. Penelitian ini menggunakan 4 teori yakni, kualitas produk, citra, periklanan, loyalitas konsumen. Hasil dari penelitian ini UD Jasad Baru sangat memperhatikan kualitas produk, baik dari bahan, proses pembuatan, harga yang diberikan sesuai dengan produk yang didapatkan. UD Jasad Baru ingin memperlihatkan citra yang baik dengan memperlihatkan kualitas daripada produknya. Untuk masalah promosi masih menggunakan media mulut kemulut belum menggunakan media social untuk promosinya tetapi informasi yang diberikan akurat dan sesuai dengan keadaan dan situasi yang ada di lapangan. Untuk loyalitas UD Jasad Baru sendiri dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik, tidak hanya pelayanan tetapi konsumen sendiri bisa melihat langsung proses produksinya.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

**UD JASAD NEW BUSINESS MARKETING STRATEGY  
BAPUHBANDUNG GLAGAH LAMONGAN IN INCREASING  
CUSTOMER SATISFACTION BASED ON ISLAMIC  
PERSPECTIVE**

**Name : Moh. Syifaul Ihsani**

**ID : 1031710039**

**Supervisor : Dr. BAMBANGTUTUKO,S.E.,M.M.,CFP®**

**ABSTRACT**

*The right marketing strategy can make customers trust our products and very satisfied customers produce several benefits for a business. Satisfied customers tend not to pay attention to low or high prices, because when customers are satisfied, customers will talk to others about the goodness of the business and its products, and remain loyal for a long period. In this study using a qualitative method with a field research approach. The purpose of this study was to determine the process of the business marketing strategy of UD Jasad Baru Bapuhbandung Glagah Lamongan in increasing customer satisfaction based on an Islamic perspective. At the UD Jasad Baru business, which is located in Bapuhbandung Village, Glagah District, Lamongan Regency. This study uses 4 theories namely, product quality, image, advertising, consumer loyalty. The results of this study UD Jasad Baru are very concerned about the quality of the product, both from the material, the manufacturing process, the price given is in accordance with the product obtained. UD Jasad Baru wants to show a good image by showing the quality of its products. For promotional problems, word of mouth is still using social media for promotion, but the information provided is accurate and in accordance with the circumstances and situations in the field. For the loyalty of UD Jasad Baru itself by providing the best service, not only service but consumers themselves can see directly the production process.*

*Keywords: Marketing Strategy, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*