

ABSTRAK

Noer Alfiah Luthfiyana, 1820310048, Analisis Strategi *Islamic Relationship Marketing* pada Konveksi Firdaus Busana

Relationship marketing merupakan pengenalan setiap pelanggan secara lebih dekat dengan menciptakan komunikasi dua arah dengan menciptakan suatu hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan. Dalam konteks *Islamic relationship marketing*, pemasaran Islam merupakan strategi bisnis yang mengarah pada proses penciptaan dan pertukaran nilai dari perusahaan ke pelanggan, dimana seluruh proses harus sesuai dengan prinsip muamalah dalam Islam. Konveksi Firdaus Busana sebagai perusahaan yang memproduksi produk pakaian harus dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sehingga dalam hal ini Konveksi Firdaus Busana mengikuti perkembangan strategi pemasaran yang telah berkembang pesat. Yaitu dengan menerapkan Strategi *Islamic Relationship Marketing* dengan harapan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana strategi *Islamic Relationship Marketing* yang diterapkan pada Konveksi Firdaus Busana serta faktor penghambat dan pendukung pada Konveksi Firdaus Busana. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif dengan subyek penelitian pimpinan Konveksi Firdaus Busana, karyawan dan konsumen. Metode pengumpulan data terdiri dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Serta menggunakan metode triangulasi untuk pengecekan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh Konveksi Firdaus Busana yaitu *Islamic Ethical Behaviour, Knowledge, Technology* serta *Communcation of Information* dimana strategi tersebut telah digunakan oleh Konveksi Firdaus Busana dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ditunjukkan dengan perkembangan kualitas pelayanan serta kualitas produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya pemesanan pada Konveksi Firdaus Busana. Tetapi tentunya ada faktor penghambat dan pendukung pada Konveksi Firdaus Busana, faktor pendukungnya diantaranya yaitu dukungan keluarga, kepercayaan konsumen serta produk yang kualitas, sedangkan faktor penghambat adalah modal dan juga pesaing.

Kata Kunci: *Islamic Relationship Marketing*, Konveksi, Loyalitas Pelanggan