

ABSTRAK

Nana Khoirina Isnayah, 1950210221, judul skripsi Implementasi *Islamic Branding* Penjualan Hijab di Nurul Store Wedung Demak.

Nurul Store merupakan salah satu brand fashion muslim yang memproduksi gamis syar'i dewasa, gamis anak, tunik dan jilbab yang ada di pasar Wedung Demak dengan menggunakan branding Islam dalam pengembangan strategi pemasaran syariahnya. Penelitian ini merupakan suatu studi lapangan yang dilakukan oleh peneliti dengan tujuan mengetahui secara langsung penerapan *Islamic branding*, hambatan kualitas produk dalam meningkatkan penjualan hijab dan solusi kualitas produk dalam meningkatkan penjualan hijab di Nurul Store. Penelitian ini terdiri dari empat narasumber diantaranya *owner*, karyawan, reseller dan konsumen. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif. Dengan banyak melakukan penelaah dan pemaparan berdasarkan persepsi dan fenomena dengan proses pengumpulan data melalui pengamatan, dokumentasi, dan wawancara langsung mengenai Nurul Store tersebut. Proses metode triangulasi, dengan melakukan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan data hingga penelitian memperoleh informasi. Hasil penelitian yang telah dilakukan di Nurul Store penelitian memperoleh hasil yang telah disimpulkan sebagai berikut : Penerapan *Islamic branding* pada Nurul store yaitu dengan memakai nama brand islami, dengan harapan dalam penggunaan merek islami, agar dalam memulai kerja diniati ibaah yang semata – mata mencari kerberkahan Allah Swt. Hambatan yang dialami Nurul store yakni penurunan penjualan, stok yang sedikit dengan permintaan meningkat, solusi yang diberikan yakni mengadakan sale produk guna menarik perhatian konsumen, Nurul store menambah jumlah produk, menaikkan harga produk, selalu meningkatkan dan menjaga kualitas produk.

Kata Kunci : *Islamic Branding, Kualitas Produk, Penjualan.*