

ABSTRAK

Li'izzah Diana Manzil, 2030410001, Fakultas/Prodi: Ushuluddin/Ilmu Hadis, Judul Skripsi: METODE MARKETING DALAM PERSPEKTIF HADIS (Studi Living Hadis Pada marketing Kedai Ladza Tea Di Kudus)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana metode marketing dalam perspektif Hadist, studi living Hadit, dilaksanakan di Kedai Ladza Tea di Kecamatan Ngembal Rejo Kabupaten Kudus.

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan kualitatif subjek penelitian ini adalah pemilik Kedai Ladza Tea di Kudus. Data-data dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data dianalisis data, sajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, terdapat dua garis besar dapat di ambil. pertama: Untuk mendeskripsikan metode marketing kedai ladza tea di Kudus. Metode marketing berperan sangat penting dalam membantu Kedai Ladza Tea mencapai target bisnisnya. Melalui proses penjualan, mereka mentransfer kepemilikan teh kepada pelanggan dengan harga yang telah ditentukan. Untuk menarik minat pembeli, Kedai Ladza Tea perlu melakukan berbagai aktivitas pemasaran, seperti: Promosi Iklan di media sosial, penawaran diskon, dan program loyalitas pelanggan. Branding Membangun citra merek yang kuat dan mudah diingat. Hubungan pelanggan Membangun hubungan baik dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas. Meskipun Kedai Ladza Tea menggunakan sistem pembayaran tunai, mereka masih dapat menerapkan berbagai metode marketing lainnya untuk meningkatkan penjualan. yang kedua: Untuk mendeskripsikan metode marketing kedai ladza tea dalam perspektif hadis. merupakan sistem marketing yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariat Islam, bersumber dari Al-Quran, Hadis Nabi saw, dan ijtihad para ulama. Sistem ini diterapkan secara menyeluruh dalam sejumlah aspek kegiatan ekonomi, mulai dari produksi, distribusi, hingga konsumsi.

Kata kunci: Metode Marketing, Living Hadis