

ABSTRAK

Awil Nihayati (NIM. 1620310173). Tinjauan Manajemen Bisnis Syariah Pada Strategi Promosi, Kualitas Jasa Dan Harga Untuk Meningkatkan Minat Konsumen (Di Jasa Rias Ageftia Make UpGrobogan). Skripsi, Kudus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus 2020.

Tujuan penelitian ini adalah 1). Bertujuan untuk mendapatkan deskripsi mendalam terkait dengan pelaksanaan strategi promosi, kualitas jasa dan harga yang sudah dilakukan oleh jasa rias Ageftia Makeup di Grobogan untuk menarik minat calon client. 2). Untuk mendapatkan deskripsi mendalam terkait tentang factor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan jasa rias Ageftia Makeup di Grobogan. 3). Untuk mendapatkan deskripsi yang mendalam terkait dengan kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha jasa rias Ageftia Makeup di Grobogan. 4). Untuk mendapatkan deskripsi yang mendalam terkait dengan solusi dari kendala yang dihadapi, yang dilakukan pelaku usaha jasa rias Ageftia Makeup di Grobogan. 5). Untuk mendapatkan deskripsi yang mendalam terkait dengan tinjauan manajemen bisnis syaria'h pada strategi promosi, kualitas jasa dan harga terhadap keputusan konsumen memilih jasa rias Ageftia Makeup di Grobogan.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan jenis penelitiannya yaitu penelitian yang ada dilapangan (field research). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi pada pemilik usaha, karyawan, konsumen serta masyarakat yang berada di lingkungan jasa rias Ageftia Makeup di Grobogan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jasa rias Ageftia Makeup menerapkan strategi promosi dengan mengikuti perkembangan di era digital seperti sekarang, serta mengutamakan ketrampilan para pekerjanya seperti melakukan pelatihan ketrampilan agar para pekerjanya memiliki ketrampilan yang berkualitas. Sedangkan juga ada beberapa kendala yang di hadapi oleh jasa rias Ageftia Makeup dalam menjalankan usahanya. Serta ada banyak harga yang cukup bervariasi yang ditawarkan oleh jasa rias Ageftia Makeup kepada konsumennya tentunya dengan kualitas yang sesuai dengan harga.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Kualitas Jasa, Harga.