

ABSTRAK

Nama : Anggun Dwi Cahya Ningrum, NIM : 1720210158, Judul : Analisis Digital Marketing Pada Penjualan Store Hijab Luna Kudus Ditinjau Perspektif Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk memberi gambaran dalam mengembangkan *Digital Marketing* Pada Store Luna Hijab Kudus dengan strategi pemasaran (STP) *Segmenting, Targeting, Positioning* sesuai nilai islami serta faktor pendukung dan faktor penghambatnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *digital marketing* pada Store Luna Hijab dengan memanfaatkan media sosial yang meliputi (*facebook, whatsapp, instagram, marketplace*). Dalam pemasarannya Luna Hijab menggunakan strategi (STP) meliputi pertama, *segmenting* (segmentasi) berdasarkan geografi, demografi, psikografi, dan perilaku. Kedua, *targeting* dilakukan dengan membidik segmen pasar *Single Segment Concentration* yaitu segmen pasar tunggal yang paling berpotensi dan *Selective Specialization* yaitu segmen-segmen pasar tertentu yang memiliki daya tarik dan kesesuaian bagi perusahaan. Ketiga, *positioning* yaitu Luna Hijab sebagai perusahaan yang sudah memiliki pengalaman cukup lama sebagai penyedia hijab dengan kualitas terbaik dikelasnya, serta memiliki konsumen sasaran dengan pendapatan menengah keatas dan gaya hidup konsumtif dan mewah. Dalam *digital marketing* mengedepankan nilai islami meliputi kejujuran, tidak memuji berlebihan maupun mencela, serta tepat waktu sesuai dengan akad transaksi. Terdapat faktor pendukung dalam pemanfaatan *digital marketing* yang meliputi jangkauannya luas, lebih tertarget, memudahkan berintraksi, terukur dan meningkatkan keuntungan. Faktor penghambat *digital marketing* yang meliputi sumber daya manusia, keberadaan kompetitor, serta kurangnya pemanfaatan teknologi yang maksimal. Adapun solusi yang diberikan terkait adanya faktor penghambat adalah dengan memanfaatkan teknologi untuk menunjang kegiatan pemasaran perusahaan.

Kata Kunci : Hijab Luna, Digital Marketing, Strategi STP