

## ABSTRAK

Amanah, Sekar Wulan. 2022. *Strategi Pemasaraan Syariah Pada Produk Hijab (Studi Kasus Pada Toko Qolsa di Kota Metro*. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si. (2) Nani Septiana, S.E., M.M

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran Syariah, Karakteristik Pemasaran Syariah, Analisis SWOT

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan apakah pada Toko Qolsa sudah menerapkan karakteristik pemasaran syariah atau belum, dan untuk menentukan strategi pemasaran Syariah yang sebaiknya diterapkan pada Toko Qolsa di Kota Metro pada produk hijabnya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian campuran), yaitu perpaduan antara metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan untuk meneliti karakteristik pemasaran syariah pada Toko Qolsa, dan metode kuantitatif digunakan untuk menganalisa strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT dengan objek Internal dan eksternal dari faktor-faktor agar didapatkan strategi pemasaran yang terbaik. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuisisioner, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan karakteristik pemasaran syariah dan dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis SWOT, bahwa Qolsa Kota Metro telah menerapkan karakteristik pemasaran syariah yang terdiri dari karakter *Rabbaniyah* (Ketuhanan), *Akhlaqiyah* (Etis), *Al-Waqi'iyah* (Realistis), dan *Al-Insaniyah* (Humanitas). Kemudian, pada strategi pemasaran yang dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis SWOT oleh penulis, berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal produk hijab pada Toko Qolsa di Kota Metro, diperoleh nilai pada matriks IE (Internal-Eksternal) berada pada posisi kuadran II yang berarti bahwa strategi yang harus diterapkan adalah "strategi tumbuh/*growth*". Strategi yang sebaiknya dilakukan Qolsa adalah melalui konsentrasi integrasi horizontal.