ABSTRAK

Aulia Claudia (B04211041), *Strategi Pemasaran Aliya Salon Dan Spa Muslimah Surabaya",* Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : *Strategi , Pemasaran*

Pembimbing : Drs. M. Taqwim Suji, M.Pd.I
Permasalahan yang dapat dirumuskan dari penelitian ini yaitu :*Bagaimana strategi pemasaran Aliya Salon dan Spa Muslimah Surabaya?*

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui strategi pemasaran di Aliya Salon dan Spa Muslimah Surabaya.

Informan dan sumber data dalam penelitian ini adalah seluruh tim manajemen Aliya Salon dan Spa Muslimah Surabaya. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah triangulasi (observasi, wawancara, dan dokumentasi).Teknik analisis data penelitian menggunakan analisis deskriptif - kualitatif .

Hasil analisis menunjukkan bahwa manajemen strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak manajemen Aliya Salon dan Spa Muslimah Surabaya ini terdiri atas strategi melalui orang, tempat, proses, harga, distribusi, produk dan promosi. Dengan perencanaan promosi yang matang, terutama pada monitoringnya akan membantu pihak Aliya Salon dan Spa Muslimah mendapatkan lebih banyak pelanggan. Sedangkan perencanaan dan monitoring promosi tersebut harus dilakukan dan diberikan secara langsung oleh bagian pemasaran dan berlandaskan instruksi dari *owner* Aliya Salon dan Spa Muslimah Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id