ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "**Analisis Strategi Pemasaran Perumahan Syariah Ditinjau Dari Seri Marketing Mix di D'Ahsana Property Pusat Malang**" ini menguraikan tentang bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh D'Ahsana Property sebagai bisnis properti baru yaitu properti berbasis syariah, serta bagaimana strategi pemasaran untuk peningkatan *market share* di D'Ahsana Property pusat malang ditinjau dari segi marketing mix (7P's) dan marketing syariah.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sumber datanya ada 2 (dua) yaitu sumber data primer yang terdiri dari wawancara dan observasi secara langsung dengan pihak yang menangani masalah pemasaran serta ke owner perusahaan. Sedangkan untuk data sekunder ialah menggunakan dokumen yang diperoleh saat melakukan penelitian dilapangan seperti foto serta literature yang relevan dengan penelitian ini. Selanjutnya di analisis menggunakan deskriptif analisis.

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan tersebut menitikberatkan kepada kualitas bangunan yang baik, lokasi yang cukup strategis, harga, pelayanan yang santun, media promosi lewat website, transaksi jual beli yang sesuai syariah, lingkungan yang nyaman, pemilihan segmentasi pasar. Dalam ilmu *marketing*, kita mengenal konsep *marketing mix* (7P's) untuk meningkatkan pangsa pasar. Untuk meningkatkan pangsa pasar, *marketer* memasarkan produknya melalui website perusahaan dan website yang khusus memasarkan properti serta memberikan proses transaksi yang mudah namun yang menjadi kendala yaitu terletak pada *variable* harga karena harga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli rumah.

Saran yang bisa diberikan yaitu melakukan evaluasi kembali pada strategi pemasaran khususnya pada aspek promosi serta membuka cluster baru dengan tipe kecil sehingga bisa dijangkau oleh segmen menengah kebawah.

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