ABSTRAK

LAODE ABDURRAHMAN. 105 251 100 519. 2023. *Analisis Strategi Peningkatan UMKM Rumah Makan Dalam Pemasaran Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Perspetif Pemasan Syariah di Rumah Makan Bonebinanga Alauddin Makassar* Dibimbing oleh Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, MP dan Fakhruddin Mansyur, S.E.I, M.E.I.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barsng, kuliner atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Loyalitas Pelanggan merupakan kecendrungan pelanggan untuk memlih prodak atau barang yang di tawarkan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. InfoRumah Makanan penelitian direkam melalui purposive sampling." Bonebinanga Alauddin di Makassar. Penelitian ini dilakukan selama satu bulan dari tanggal 1 April sampai dengan 1 Mei 2023 di kota Makassar. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dijelaskan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Makan Bonebinanga.

Berdasarkan hasil penelitian penulis memberikan kesimpualn bahwa usaha Rumah Makan bonebinanga Alauddin Makassar telah menerapkan strategi marketing syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan dapat meningkatkan kesetiaan dan loyalitas pelanggan

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Rumah Makan