Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Rhani Septarini Mukti (2018): ***Pelaksanaan Promosi Produk dalam Upaya Meningkatkan Pelanggan pada PT.Daya Kobelco Coonstruction Machinery Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah***

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perusahaan telah memberikan promosi akan tetapi pelanggan mengalami penurunan dari setiap tahunnya, dimana seharusnya kebijakan penetapan promosi dalam perusahaan adalah untuk menarik konsumen dan mempertahankan kepercayaan konsumen yang telah bekerjasama kepada perusahaan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan promosi produk dalam upaya meningkatkan pelnggan pada PT.Daya Kobelco Construction Machinery, bagaimana faktor pendukung dan faktor penghambat terhadap pelaksanaan promosi produk dalam meningkatkan pelanggan pada PT.Daya Kobelco Construction Machinery serta bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap pelaksanaan promosi produk dalam meningkatkan pelanggan yang diterapkan PT.Daya Kobelco Construction Machinery.

Penelitian ini berlokasi di Jalan, Arifin Ahmad No.111, Tangkerang Barat, Marpoyan Damai, Pekanbaru-Riau.Populasi dalam penelitian ini adalah Pimpinan, karyawan part sales dan konsumen PT.Daya Kobelco Construction Machinery. Sampel dari karyawan terdiri dari 3 orang part sales dan 20 orang konsumen dengan menggunakan teknik *total sampling* yaitu diambil secara keseluruhan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu observasi, wawancara, angket dan dokumentasi.Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah bahwa pelaksanaan promosi produk dalam meningkatkan pelanggan pada PT.Daya Kobelco Construction Machinery sudah baik terlihat dari hasil persentse rekapitulasi tabel yaitu 76,11%. Adapun faktor pendukung PT.Daya Kobelco Construction Machinery yaitu melakukan gathering untuk mempromosikan produk baru dan menjalin hubungan kepada konsumen dan faktor penghambat PT.Daya Kobelco Construction Machinery yaitu banyak perusahaan pesaing yang menjual produk yang sama dengan harga yang lebih murah. Dalam pandangan Islam, pelaksanaan promosi yang dilakukan PT.Daya Kobelco Construction Machinery belum sepenuhnya dilakukan sesuai syariat islam yaitu terlihat pada promosi produknya tidak dijelaskan secara rinci sehingga masih ada kualitas yang kurang bagus diminati konsumen.