

## ABSTRAK

Lilis Haryati, 2020, *Analisis Brand Image Produk Sarung Abu Ulfa Melalui Preferensi Konsumen dalam Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus Sarung Merek Abu Ulfa Kecamatan Sampang Kabupaten Sampang)*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Fahrurrozi, M.E.I.

**Kata Kunci:** *Brand Image, Preferensi Konsumen, Marketing Syariah*

Merek mempunyai arti sangat penting pada sebuah produk, merek bukan saja identitas suatu produk, namun memberikan *image* dan daya jual suatu produk. Seperti halnya Sarung yang merupakan salah satu pakaian bangsa Indonesia yang masih eksis hingga kini. Atributnya sangat penting oleh budaya masyarakat Indonesi, sama halnya dengan Sarung merek Abu Ulfa ini sama dengan produk Sarung lain yang di produksi ditempat yang sama. Namun masyarakat lebih *preferen* (suka) membeli Sarung dengan merek Abu Ulfa.

Berdasarkan hal tersebut, maka ada dua permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: *pertama*, bagaimana *brand image* produk sarung Abu Ulfa melalui preferensi konsumen; *kedua*, bagaimana *brand image* produk sarung Abu Ulfa melalui preferensi konsumen dalam perspektif *marketing syariah*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Informan yang digunakan adalah pemilik Abu Ulfa, karyawan di Abu Ulfa, dan konsumen Sarung Abu Ulfa. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui perpanjangan kehadiran peneliti, ketekunan, kecukupan referensi, dan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *pertama*, ada hal yang menarik dari produk Sarung merek Abu Ulfa ini, sehingga masyarakat banyak yang tertarik dari semua kalangan. Hal yang paling menarik dari Produk Sarung merek Abu ulfa adalah produk asli buatan dari Kabupaten Sampang Madura. Harga dari Sarung merek Abu Ulfa juga sangat terjangkau, dan ini mempermudah dari berbagai kalangan untuk dapat membeli dan menggunakannya, dengan cakupan berbagai kalangan ini menjadikan Sarung merek Abu Ulfa semakin diminati oleh masyarakat Sampang. *Kedua*, dalam melakukan penjualan Sarung Abu Ulfa kepada konsumen, karyawan Abu Ulfa juga mengimplementasikan aktifitas ramah dan jujur dalam melayani konsumen. Abu Ulfa juga bertanggung jawab jika ada kesalahan atau cacat dari sarung yang dijual tersebut. Sebab jika tidak dengan menerapkan kejujuran, kesopanan, ramah, dan baik sesuai dengan syariah Islam, maka konsumen akan merasa kecewa bahkan konsumen tidak kembali lagi untuk menjadi pelanggan. Pemasaran yang dilakukan Abu Ulfa selama ini juga sudah termasuk dengan *Marketing Syariah*.