

**PERAN STRATEGI *BRANDING* DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS PELAYANAN**

**(Studi Pada Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri Jln. Pahlawan
Kusuma Bangsa No. 26 Banjaran Kota Kediri)**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Disusun Oleh :

ASMA'UL KHUSNAH

9313.338.14

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN STRATEGI *BRANDING* DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN**

**(Studi Pada Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri Jln. Pahlawan
Kusuma Bangsa No. 26 Banjaran Kota Kediri)**

ASMA’UL KHUSNAH

NIM. 9.313. 338. 14

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Achmad Munif, SE. MM.
NIP : 19691025 200312 2 001

Amrul Mutaqin, M.EI
NIP : 19760507 200801 1 013

NOTA DINAS

Kediri 05 Februari 2020

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi
Kepada
Yth, Bapak Dekan Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07-Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : ASMA'UL KHUSNAH
NIM : 9.313.338.14
Judul : **PERAN STRATEGI *BRANDING* DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal "SS" Kediri Jln. Pahlawan Kusuma Bangsa No. 26 Banjaran Kota Kediri)**

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Achmad Munif, SE. MM.
NIP : 19691025 200312 2 001

Amrul Mutaqin, M.EI
NIP : 19760507 200801 1 013

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 13 Maret 2020

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada
Yth, Bapak Dekan Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07-Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswi:

Nama : ASMA'UL KHUSNAH
NIM : 9.313.338.14
Judul : **PERAN STRATEGI *BRANDING* DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Pada Waroeng Spesial Sambal “SS”
Kediri Jln. Pahlawan Kusuma Bangsa No. 26
Banjaran Kota Kediri)**

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 3 Maret 2020, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Achmad Munif, SE. MM.
NIP : 19691025 200312 2 001

Amrul Mutaqin, M.EI
NIP : 19760507 200801 1 013

HALAMAN PENGESAHAN

**PERAN STRATEGI *BRANDING* DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS PELAYANAN**

**(Studi Pada Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri Jln. Pahlawan
Kusuma Bangsa No. 26 Banjaran Kota Kediri)**

ASMA’UL KHUSNAH

NIM. 9.313.338.14

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 3 Maret 2020

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Dr. Hj. Naning Fatmawatie, MM (.....)
NIP. 19740528 200312 2 001

2. Penguji I
Achmad Munif, SE. MM. (.....)
NIP : 19691025 200312 2 001

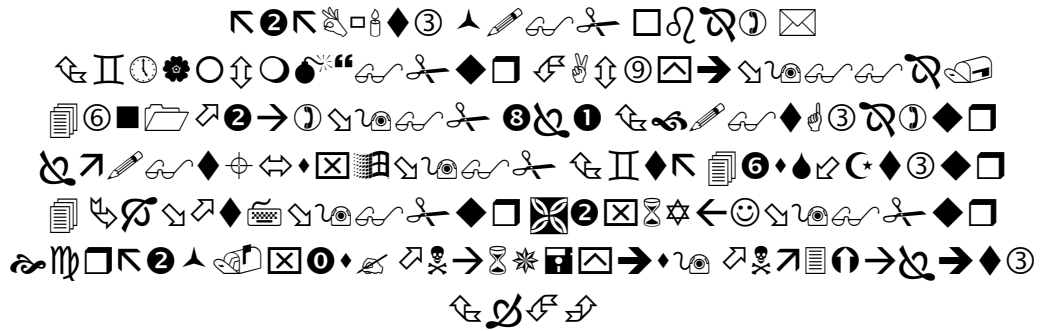
3. Penguji II
Amrul Mutaqin, M.El (.....)
NIP : 19760507 200801 1 013

Kediri, 13 Maret 2020
Dekan Fakultas Syariah

Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI.

NIP: 19750101 199803 1 002

MOTTO



“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”
(QS. An-Nahl: 90)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin...

Puji syukur kepada Allah SWT, berkat rahmat-Mu ya Rabbi, kau jadikan aku manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman dan bersabar sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk meraih cita-cita besarku. Dengan rasa bangga dan terimakasih kepersembahkan karya sederhana ini kepada:

Ayahandaku (Suparlan) dan Ibundaku (Kusnawiyah) tercinta, yang tiada henti memberiku semangat, do'a, dorongan, materil dan nasehat, kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan, semoga ayah dan ibu selalu dalam lindungan Allah SWT.

Kakakku tercinta Binti Rohmatul Lidya dan Adikku tersayang Devi Tri Nur Aini yang telah memberi doa terbaik untuk saya, menyemangati, dan juga selalu memotivasiku. Serta keluarga yang selalu berdoa dan membantu untuk kelancaran kuliahku.

Teruntuk Keponakan aku Muhammad Rafandra Zaidani, ponakan terlucu yang pernah aku miliki. Terimakasih telah menyemangatiku!

Untuk Ijah, Yiyin, Yetty dan Jijah sahabat terbaikku, yang selalu memotivasi dan kasih semangat untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini. Selalu sayang kalian...

Teruntuk teman-teman Kost Chalisa yang menemani dari masih culun-culunya hingga menjadi senior kosan, walaupun pada geser semua, tapi tetap gokil mewarnai suka duka anak kos. (Teruntuk ibu kost yang telah memberi tempat selama ini)

Trims buat teman teman KKN'39 dusun Slumbang-Mlancu-Kandangan, atas pengalaman dan kebersamaanya selama 45hari yang penuh dengan kebahagiaan..

Trims buat teman baruku Fidliyah, yang menemani masa masa gugupku saat ujian seminar proposal, senantiasa memberi semangat dan dorongan.. ayo gaskeun munaqosah...

Terimakasih banyak buat pihak Waroeng Spesial Sambal (SS) Kediri untuk bantuannya selama penelitian..semoga dilancarkan oleh ALLAH SWT

Almamaterku..

My Precious Khoirul Misbahuddin, I Have to tell thankyou anyway...

ABSTRAK

ASMA'UL KHUSNAH. **9313.338.14** .Dosen pembimbing ACHMAD MUNIF, SE. MM dan AMRUL MUTAQIN, M.EI : “Peran Strategi *Branding* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri Jln. Pahlwanan Kusuma Bangsa No. 26 Banjaran Kota Kediri)”, Jurusan Ekonomi Syari’ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri 2020.

Kata kunci: Strategi *Branding*, Kualitas Pelayanan

Strategi *branding* ialah suatu manajemen *brand* yang bertujuan untuk mengatur semua elemen *brand* dalam kaitanya dengan sikap dan perilaku konsumen.. Pada penjualan Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, dengan adanya *branding* yang dilakukan. *Branding* dianggap sebagai strategi penting untuk dimiliki suatu perusahaan dalam memasarkan dan menjual nilai-nilai khas perusahaan. Dengan strategi *branding* yang dilakukan apakah dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Adapun tujuan penelitiannya adalah 1) Mengetahui Strategi *branding* Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri 2) Mengetahui Peran Strategi *Branding* Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri dalam meningkatkan kualitas pelayanan

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi, dokumentasi, dan wawancara. Analisis di lakukan dengan cara reduksi data, Pemaparan data dan Penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Strategi *branding* yang dilakukan Waroeng Spesial Sambal “SS” menggunakan media poster bertuliskan “Garansi Kecewaan”. 2) Penerapan Strategi *Branding* yang cukup baik akan memberikan dampak positif terhadap kualitas pelayanan. Waroeng Spesial Sambal “SS” senantiasa mengutamakan kualitas dan pelayanan sehingga berhasil mendapatkan posisi yang istimewa di hati para konsumen. Serta menyediakan fasilitas-fasilitas yang lengkap untuk membuat para konsumen nyaman dan pada akhirnya akan kembali lagi.

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT. Yang telah memberikan taufik, hidayah dan inayah-Nya kepada kita semua khususnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PERAN STRATEGI PROMOSI WAROENG SPESIAL SAMBAL (SS) KEDIRI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN” Penulis berharap semoga Allah senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat kepada kita semua khususnya bagi penulis dunia dan akhirat.

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari jalan kesesatan menuju jalan yang penuh berkah dan diridhai Allah dengan ajaran yang dibawanya, yaitu agama Islam. Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti banyak mengalami kesulitan. Namun, dengan kesabaran dan kemauan terselesaikan skripsi ini peneliti akhirnya mampu menyelesaikannya. Ucapan terimakasih senantiasa penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada peneliti, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, MM. Selaku Rektor IAIN Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlih, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN KEDIRI
3. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur, M.EI, selaku Ketua Program Ekonomi Syari’ah dan seluruh dosen dan karyawan IAIN Kediri khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbingan dan pelayanan ilmiahnya
4. Bapak dosen pembimbing skripsi, Achmad Munif, SE., MM dan Amrul Mutaqin, M.EI, yang disela-sela kesibukannya telah rela meluangkan waktu untuk membimbing serta memberikan saran dan koreksi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Amrul Mutaqin, M.EI, selaku wali studi

6. Bapak, Ibu, Kakak dan Adik serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa dan dukunga baik materiil maupun spiritual hingga terselesaikannya skripsi ini
7. Pihak Waroeng Spesial Sambal yang telah bersedia memberikan izin penelitian kepada saya.

Atas segala jasa dan budinya, penulis tidak bisa memberikan balasan hanya bisa memberikan doa "*jaza kumullah ahsanal jaza*" semoga kebaikannya di balas oleh kebaikan yang setimpal. Akhirnya penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan tentu masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu mengharapkan saran, kritik, pengarahan dan bimbingan yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Selanjutnya peneliti memohon kepada Allah SWT, semoga skripsi ini memberi manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Kediri, 07 Februari 2020

Penyusun

ASMA'UL KHUSNAH

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Huruf Transliterasi

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ء	,	ض	D{
ب	B	ط	T{
ت	T	ظ	Z{
ث	Th	ع	‘
ج	J	غ	Gh
ح	H{	ف	F
خ	Kh	ق	Q
د	D	ك	K
ذ	Dh	ل	L
ر	R	م	M
ز	Z	ن	N
س	S	و	W
ش	Sh	هـ	H
ص	S{	ي	Y

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap (*Shaddah*), yang bersumber dari ya’ nisbah (ya’ yang ditulis sebagai penunjuk sifat) ditulis coretan di atasnya.

أَحْمَدِيَّةٌ : ditulis *Ah{madi>yah*

Konsonan rangkap yang berasal dari bukan ya’ nisbah ditulis dobel hurufnya

دَلٌّ : ditulis *dalla*

C. Ta’ Marbu>t{ah

1. Bila dimatikan ditulis “ah”

جَمَاعَةٌ : ditulis *jama>'ah*

2. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain (sebagai Mud{af), ditulis “at”

نِعْمَةٌ اللَّهِ : ditulis *ni'mat Allah*

زَكَاةُ الْفِطْرِ : ditulis *zaka>t al-fit{r*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis a, kasrah ditulis i, dan dhammah ditulis u, masing-masing dengan huruf tunggal

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis a>, i panjang ditulis i>, dan u panjang ditulis u>, masing-masing dengan coretan di atas huruf a, i, dan u.

F. Bunyi Hidup Dobel

Bunyi hidup dobel (*diphthong*) Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf “ay” dan “aw” masing-masing untuk (أَي) dan (أَوْ)

G. Kata Sandang Alif+Lam

Jika terdapat huruf alif+lam yang diikuti qamari>yah maupun (dengan huruf shamsi>yah, huruf *al* ditulis al-

الشَّيْعة : ditulis *al-Shi>'ah*

H. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

I. Kata dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

Tetap konsisten dengan rumusan di atas, kata dalam rangkaian frase dan kalimat ditulis kata per kata.

شَيْخُ الْإِسْلَام : ditulis *Shaikh al-Islam*

J. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (seperti kata ijmak, nash, al-Qur'an, Hadits, dll), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI	xv
BAB I	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian	11
E. Telaah Pustaka	12
BAB II	16
A. Strategi <i>Branding</i>	16
1. Definisi Strateg <i>Branding</i>	16
2. Manfaat Merek.....	19
3. Tujuan Merek.....	21
4. Strategi Penetapan Merek	21
B. Kualitas Pelayanan.....	27
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	28
2. Manfaat Kualitas Pelayanan	30
3. Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan	31
4. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	32

BAB III.....	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
B. Kehadiran Peneliti.....	36
C. Lokasi Peneliti.....	36
D. Sumber Data	37
F. Metode Pengumpulan Data	38
H. Analisis Data.....	39
I. Pengecekan Keabsahan Data.....	41
J. Tahap-Tahap Penelitian	42
BAB IV	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
B. Paparan Data	49
C. Temuan Penelitian.....	65
BAB V.....	67
A. Analisis Strategi <i>Branding</i> yang Dilakukan Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri	67
B. Peran Strategi <i>Branding</i> “Garansi Kekecewaan” dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan	69
BAB VI.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Hasil Penjualan Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri.....	8

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Poster Garansi Kekecewaan.....	7
Gambar 2 Wawancara dengan Ibu Rica.....	79
Gambar 3 Wawancara dengan Bapak Endri Mario.....	79
Gambar 4 Lokasi Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri.....	80
Gambar 5 Waroeng Spesial Sambal “SS” ramai akan Konsumen.....	80