

**STRATEGI PEMASARAN AIR MURNI NEW HEXA DALAM MENARIK
MINAT BELI KONSUMEN PERSPEKTIF *SYARIAH MARKETING* DI
PERUSAHAAN CV FACCYNDO TIRTA PRATAMA KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Ditulis untuk Memenuhi Persyaratan Skripsi
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

AGUS SETIAWAN

9.313.374.18

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2025

**STRATEGI PEMASARAN AIR MURNI NEW HEXA DALAM MENARIK
MINAT BELI KONSUMEN PERSPEKTIF SYARIAH *MARKETING* DI
PERUSAHAAN CV FACCYNDU TIRTA PRATAMA KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Memperoleh Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

AGUS SETIAWAN

9.313.374.18

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI KEDIRI**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN AIR MURNI NEW HEXA DALAM MENARIK
MINAT BELI KONSUMEN PERSPEKTIF *SYARIAH MARKETING* DI
PERUSAHAAN CV FACCYNDO TIRTA PRATAMA KOTA KEDIRI**

AGUS SETIAWAN
9.313.374.18

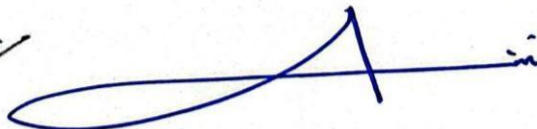
Disetujui oleh:

Pembimbing 1

Pembimbing 2



Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I
NIP. 19840815 201801 2001



Abdul Rasyid, S. Fil.I, MA
NIP. 199930219 201903 1007

NOTA DINAS

Nomor : Kediri, 01 Mei 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Agus Setiawan

NIM : 9.313.374.18

Judul : STRATEGI PEMASARAN AIR MURNI NEW HEXA
DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN
PERSPEKTIF *SYARIAH MARKETING* DI PERUSAHAAN
CV FACCYNDO TIRTA PRATAMA KOTA KEDIRI

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1). Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqasah.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing 1

Pembimbing 2



Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I
NIP. 19840815 201801 2001

Abdul Rasvid, S. Fil.I, MA
NIP. 199930219 201903 1007

NOTA PEMBIMBING

Nomor : Kediri, 01 Mei 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Agus Setiawan

NIM : 9.313.374.18

Judul : STRATEGI PEMASARAN AIR MURNI NEW HEXA DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PERSPEKTIF SYARIAH MARKETING DI PERUSAHAAN CV FACCYNDO TIRTA PRATAMA KOTA KEDIRI

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1). Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqasah.

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

Pembimbing 1



Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I
NIP. 19840815 201801 2001

Pembimbing 2



Abdul Rasyid, S. Fil.I, MA
NIP. 199930219 201903 1007

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN AIR MURNI NEW HEXA DALAM MENARIK
MINAT BELI KONSUMEN PERSPEKTIF SYARIAH MARKETING DI
PERUSAHAAN CV FACCYNDO TIRTA PRATAMA KOTA KEDIRI

AGUS SETIAWAN
9.313.374.18

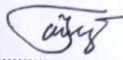
Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal Selasa 17 Juni 2025

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Mahfudhotin, M.Si.

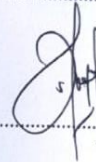
NIP. 19931003 201903 2010


.....

2. Penguji I

Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I

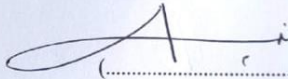
NIP. 19840815 201801 2001


.....

3. Penguji II

Abdul Rasvid, S.F.I.II MA

NIP. 199930219 201903 1007


.....

Kediri, 17 Juni 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI.

NIP: 19750101 1998032002

MOTTO

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَ تَكُونُوا أَمْوَالِكُمْ بِيَدِكُمْ بِلَبَطِيلٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

بَيْنِكُمْ وَمَنْ يَمُنْكُمْ فَتُلَاحِظُوا أَنْ تُفْسِدُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. Surat An-Nisa 29).¹

¹ Al-Qur’an Al-Karim dan Terjemahannya dengan transliterasi, (Departemen Agama RI, Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2019). 58

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1). Sholawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan dalam setiap perkataan dan perbuatan. Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Ahyat dan Ibu Siti Muniroh yang sudah memberikan doa suport dan semangat yang sangat luar biasa.
2. Kepada sahabat-sahabat saya, terkhusus sahabat PMII yang telah memberikan motivasi yang sangat berarti.
3. Saya ucapkan terimah kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan motivasi, semangat, do'a dan dukungan sehingga bisa mendampingi sampai skripsi selesai.

Terimakasih kepada semuanya yang terlibat. Berkat dukungan yang terus mengalir menjadikan motivasi serta semangat untuk penulis agar dapat meraih gelar sarjana sosial dan menjadikan ilmunya sebagai pegangan dalam kehidupan selanjutnya.

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agus Setiawan

NIM : 9.313.374.18

Prodi/Fakultas : Ekonomi Syariah/Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN AIR MURNI NEW HEXA DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PERSPEKTIF *SYARIAH MARKETING* DI PERUSAHAAN CV FACCYNDU TIRTA PRATAMA KOTA KEDIRI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan di depan tim penguji adalah hasil karya saya sendiri dan bukan hasil ciptaan orang lain atau dibuat oleh siapapun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dan saya bersedia menerima sanksi apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Kediri, 1 Mei 2025

Agus Setiawan

ABSTRAK

AGUS SETIAWAN. Dosen Pembimbing: RIRIN TRI PUSPITA NINGRUM, M.S.I dan ABDUL RASYID, MA. Strategi Pemasaran Air Murni New Hexa Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Perspektif Syariah Marketing di Perusahaan CV Faccyndo Tirta Pratama Kota Kediri. Skripsi, Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2025.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Pemasaran Syariah, Air Mineral, Minat Beli Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pemasaran produk air murni New Hexa yang diterapkan oleh CV. Faccyndo Tirta Pratama Kota Kediri dalam menarik minat beli konsumen, serta meninjau kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip marketing syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengelola dan konsumen, observasi lapangan, serta dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran meliputi edukasi langsung kepada konsumen melalui presentasi produk, promosi dari mulut ke mulut, pemanfaatan media sosial, strategi *event marketing* seperti partisipasi dalam kegiatan sosial dan publik (misalnya *Car Free Day* dan acara kelembagaan), serta penerapan strategi *cross selling* dengan menawarkan produk-produk pendukung gaya hidup sehat lainnya kepada konsumen saat proses penjualan berlangsung.

Dari perspektif *syariah marketing*, strategi yang diterapkan telah memenuhi prinsip-prinsip seperti kejujuran, amanah, transparansi, dan tidak merugikan konsumen. Konsumen menunjukkan loyalitas melalui pembelian berulang dan rekomendasi kepada orang lain. Dengan demikian, strategi pemasaran CV. Faccyndo Tirta Pratama tidak hanya berhasil secara komersial tetapi juga sesuai dengan etika bisnis Islam.

ABSTRACT

AGUS SETIAWAN. Advisors: RIRIN TRI PUSPITA NINGRUM, M.S.I and ABDUL RASYID, M.A. Marketing Strategy of New Hexa Purified Water in Attracting Consumer Buying Interest from the Perspective of Sharia Marketing at CV Faccyndo Tirta Pratama, Kediri City. Undergraduate Thesis, Sharia Economics, Faculty of Sharia Economics and Islamic Business, IAIN Kediri, 2025. Keywords: Marketing Strategy, Sharia Marketing, Mineral Water, Consumer Buying Interest

This study aims to examine the marketing strategy of New Hexa pure water products implemented by CV. Faccindo Tirta Pratama Kota Kediri in attracting consumer interest in buying, and reviewing its suitability with the principles of sharia marketing. Using a qualitative descriptive approach, data was obtained through in-depth interviews with managers and consumers, field observations, and documentation.

The results of the study showed that marketing strategies include direct education to consumers through product presentations, word of mouth promotion, utilization of social media, event marketing strategies such as participation in social and public activities (Car Free Day and institutional events), and the implementation of cross-selling strategies by offering other healthy lifestyle support products to consumers during the sales process.

From a sharia marketing perspective, the strategies implemented have met principles such as honesty, trustworthiness, transparency, and do not harm consumers. Consumers show loyalty through repeat purchases and recommendations to others. Thus, the marketing strategy of CV. Faccindo Tirta Pratama is not only commercially successful but also in accordance with Islamic business ethics.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul “Strategi Pemasaran Air Murni New Hexa Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Perspektif *Syariah Marketing* di Perusahaan CV Faccyndo Tirta Pratama Kota Kediri”.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Kediri.
2. Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan seluruh sivitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Dr. Nuril Hidayati, S.Fil.I., M.hum selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah dan Yopi Yudha Utama, S.E., M.S.A selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah atas dedikasi, arahan, dan komitmen bapak dan ibu dalam membina serta membimbing mahasiswa selama menempuh pendidikan di Program Studi Ekonomi Syariah. Bimbingan dan dukungan bapak dan ibu telah menjadi motivasi dan inspirasi bagi saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Nilna Fauza, M. HI selaku Wali Dosen di Program Studi Ekonomi Syariah, terima kasih atas kesabaran dan ketulusan dalam mendampingi saya sejak

awal perkuliahan. Bimbingan dan nasihat Ibu telah membantu saya menavigasi tantangan akademik dan pribadi dengan lebih bijaksana.

5. Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I selaku dosen pembimbing satu dan Abdul Rasyid, S.F.i.II MA selaku dosen pembimbing dua telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga serta memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan sehingga penyusunan skripsi ini selesai dengan baik Bapak dan Ibu selaku orang tua yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan studi.
6. Teman-teman se-perkuliahan serta berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu per satu, yang telah memberikan *support* dan dukungan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Atas bantuan doa, pengetahuan serta motivasi yang telah diberikan, penulis mengucapkan banyak terima kasih semoga Allah memberikan kelencaran dan keberkahan bagi kita semua. Akhir kata, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya jika dalam penulisan skripsi ini ditemukan kesalahan baik sengaja maupun tidak sengaja. Semoga karya tulis ini bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca pada umumnya. Amin.

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Penelitian Terdahulu.....	7
F. Telaah Pustaka.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Strategi Pemasaran Syariah	12
B. Minat Beli.....	18

BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
B. Lokasi Penelitian	23
C. Sumber Data	24
D. Teknik Pengumpulan Data	25
E. Teknik Analisis Data	27
F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	27
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	28
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	30
A. Paparan Data	30
1) Gambaran Umum CV. Faccyndo Tirta Pratama	30
a) Sejarah Berdirinya CV. Faccyndo Tirta Pratama.....	30
b) Visi-Misi.....	31
c) Struktur Organisasi.....	33
d) Produk yang Dijual	35
e) Keunggulan Pemasaran Air Minum New Hexa.....	37
2) Deskripsi Strategi Pemasaran Air Mineral New Hexa di CV. Faccyndo Tirta Pratama.....	40
a) Tantangan yang Dihadapi Perusahaan.....	42
b) Penerapan Prinsip Syariah dalam Penjualan Produk.....	44
3) Deskripsi Minat Beli Konsumen Air Mineral New Hexaa di CV. Faccyndo Tirta Pratama	45
B. Temuan Penelitian.....	53

BAB V PEMBAHASAN.....	54
A. Analisis Strategi Pemasaran Air Murni New Hexa di CV. Faccyndo	
Tirta Pratama dalam Menarik Minat Beli Konsumen.....	54
1) Mengutamakan pada Kualitas	55
a) Produk Bebas dari Cacat	56
b) Desain Produk	57
c) Ragam Pilihan	58
d) Daya Tahan.....	58
2) Mengadakan Kerja Sama Sponsorship.....	59
3) <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	60
B. Analisis Pemasaran Air Mineral New Hexa Perspektif <i>Syariah</i>	
<i>Marketing</i>.....	62
1) Menerapkan Prinsip <i>Rabbaniyah</i> (Spiritualitas).....	63
2) Menerapkan Prinsip <i>Akhlaqiyyah</i> (Etika dan Kejujuran).....	65
3) Menerapkan Prinsip <i>Al-Waqi'iyah</i> (Realistis)	68
4) Prinsip <i>Insaniyyah</i> (Kemanusiaan Dan Keadilan).....	72
5) Amanah dan Dapat Dipertanggungjawabkan	75
BAB VI PENUTUP	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	83