

## ABSTRAK

Mellynda Prismawati 2021 “Analisis Strategi Pemasaran *Tour* dan *Travel* (Studi Kasus PT Sutra Tour Hidayah Banjarwati Paciran Lamongan) Ditinjau Dari Pemasaran Syariah”. Skripsi Universitas Lamongan.

Penelitian ini berjudul Analisis Strategi Pemasaran *Tour* dan *Travel* Pada PT Sutra Tour Hidayah Ditinjau Dari Pemasaran Syariah. Metodologi penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian deskriptif analisis kualitatif dan dalam pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwasanya strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh PT Sutra Tour Hidayah Banjarwati Paciran Lamongan yaitu menerapkan karakteristik pemasaran Islam. PT Sutra Tour Hidayah menggunakan strategi pemasarannya melalui media sosial seperti instagram dan facebook, melalui relasi dari para kyai, pondok pesantren, tokoh masyarakat dan juga melalui media cetak seperti banner dan stiker, PT Sutra Tour Hidayah juga selalu meningkatkan kualitas pelayanannya. Strategi pemasaran PT Sutra Tour Hidayah melalui media sosial dalam pandangan ekonomi Islam dilihat dari sudut strategi pemasaran yang baik dan menerapkan perilaku Islam dengan menjaga kredibilitas jamaahnya. Sesuai dengan analisis pemasaran menurut perspektif pemasaran syariah dalam PT Sutra Tour Hidayah mulai dari pendaftaran, pelayanan sampai pemberangkatan telah terpenuhi dan sesuai dengan Islam.

**Kata kunci** : Strategi pemasaran, pemasaran syariah