

# Strategi Pemasaran Syariah di Cafe Gadex: Perspektif Ilmu Ekonomi Syariah

Mokhammad Ainurrofiq

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Riyadlul Jannah Mojokerto

[ainurrofiq@rijan.ac.id](mailto:ainurrofiq@rijan.ac.id)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran syariah yang diterapkan di Cafe Gadex, Desa Pacet, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, serta mengevaluasi efektivitasnya dalam menarik pelanggan dan meningkatkan omset penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah yang diterapkan di Cafe Gadex melibatkan prinsip-prinsip kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial yang diterapkan dalam semua aspek layanan dan promosi. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, kualitas layanan yang mencakup keramahan, efisiensi, dan kecepatan pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penggunaan media sosial sebagai alat promosi telah berhasil meningkatkan visibilitas dan engagement pelanggan. Kampanye media sosial yang kreatif dan informatif mampu menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Selain itu, atmosfer dan suasana cafe yang nyaman menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang didukung oleh dekorasi estetik dan fasilitas yang memadai. Berdasarkan temuan ini, Cafe Gadex disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanannya, mengoptimalkan promosi digital, menetapkan harga yang kompetitif dan transparan, serta menjaga dan meningkatkan suasana cafe agar tetap nyaman dan menarik bagi pelanggan. Implementasi strategi pemasaran syariah yang konsisten dan berkelanjutan dapat meningkatkan daya saing Cafe Gadex di pasar serta mencapai keberlanjutan bisnis yang lebih baik.

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Pelanggan, Promosi Digital, Atmosfer Cafe.*

## Pendahuluan

Cafe Gadex yang terletak di Desa Pacet, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, merupakan salah satu tempat usaha yang berfokus pada penyediaan berbagai jenis minuman dan makanan ringan bagi masyarakat sekitar dan wisatawan. Keberadaan cafe ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat bersantai, tetapi juga sebagai destinasi yang mempromosikan konsep ekonomi syariah melalui strategi pemasarannya. Mengingat pentingnya peran pemasaran dalam

kesuksesan bisnis, penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah menjadi kunci untuk menarik lebih banyak pelanggan dan menjaga loyalitas mereka.

Ekonomi syariah adalah sistem ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam, yang meliputi keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Dalam konteks pemasaran, ekonomi syariah menekankan pentingnya etika bisnis, kejujuran, dan keadilan dalam setiap transaksi. Cafe Gadex berupaya mengimplementasikan nilai-nilai ini dalam setiap aspek operasionalnya, mulai dari pemilihan bahan baku yang halal hingga pelayanan yang jujur dan transparan kepada pelanggan.

Meskipun Cafe Gadex telah berusaha menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam strategi pemasarannya, masih terdapat berbagai tantangan yang perlu diatasi. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana mengomunikasikan nilai-nilai syariah kepada pelanggan secara efektif sehingga mereka memahami dan menghargai komitmen cafe terhadap etika bisnis Islami. Selain itu, persaingan dengan cafe-cafe lain yang mungkin menawarkan harga lebih murah atau promosi yang lebih menarik juga menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mendalam mengenai strategi pemasaran syariah yang efektif untuk diterapkan di Cafe Gadex.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran syariah yang diterapkan di Cafe Gadex dan mengevaluasi efektivitasnya dalam menarik pelanggan dan meningkatkan omset penjualan. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi mengenai strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah, sehingga Cafe Gadex dapat meningkatkan daya saingnya di pasar dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan secara lebih baik.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yang melibatkan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Wawancara dilakukan dengan pemilik dan karyawan Cafe Gadex untuk mendapatkan informasi mengenai strategi pemasaran yang telah diterapkan serta tantangan yang dihadapi. Observasi dilakukan untuk melihat langsung bagaimana strategi pemasaran diterapkan dalam praktik sehari-hari. Analisis dokumen meliputi peninjauan laporan keuangan, bahan promosi, dan dokumentasi lainnya yang relevan dengan strategi pemasaran.

Penelitian ini didasarkan pada teori pemasaran syariah, yang mencakup berbagai konsep dan prinsip yang diambil dari ajaran Islam. Salah satu konsep utama dalam pemasaran syariah adalah keadilan, yang berarti setiap transaksi harus adil bagi kedua belah pihak. Selain itu,

transparansi juga merupakan prinsip penting, yang menekankan pentingnya kejujuran dan keterbukaan dalam komunikasi dengan pelanggan. Prinsip lain yang relevan adalah tanggung jawab sosial, yang berarti bahwa bisnis harus memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari operasionalnya.

Dalam konteks ini, penelitian sebelumnya mengenai strategi pemasaran syariah menunjukkan bahwa pendekatan ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan keberlanjutan bisnis. Studi yang dilakukan oleh HR Puspita (2023) di Butik Maura Pacet Mojokerto menemukan bahwa penerapan bauran pemasaran syariah yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi berhasil meningkatkan kepercayaan pelanggan.<sup>1</sup> Sementara itu, penelitian di PP. Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis syariah dapat membantu dalam mengatasi persaingan dan meningkatkan omset penjualan.<sup>2</sup>

Penelitian ini memiliki beberapa signifikansi penting. Pertama, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai penerapan strategi pemasaran syariah dalam konteks bisnis lokal, khususnya cafe. Kedua, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi bisnis lain yang ingin mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dalam strategi pemasarannya. Ketiga, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan literatur mengenai pemasaran syariah, yang masih relatif kurang dieksplorasi dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

Meskipun penelitian ini berupaya untuk memberikan analisis yang komprehensif mengenai strategi pemasaran syariah di Cafe Gadex, terdapat beberapa batasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini hanya berfokus pada satu cafe, sehingga temuan-temuan yang diperoleh mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke bisnis lain. Kedua, data yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi mungkin dipengaruhi oleh subjektivitas responden dan pengamat. Ketiga, penelitian ini tidak mencakup analisis dampak jangka panjang dari strategi pemasaran yang diterapkan, sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk mengevaluasi keberlanjutan dari strategi-strategi tersebut.

Penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang masing-masing membahas topik yang berbeda namun saling berkaitan. Bab pertama adalah pendahuluan, yang memberikan gambaran umum mengenai latar belakang, permasalahan, tujuan, metodologi, kerangka teoritis, signifikansi, batasan, dan struktur penelitian. Bab kedua membahas tinjauan pustaka, yang meliputi teori-

---

<sup>1</sup><https://jurnal.rjjan.ac.id/index.php/fdzt/article/view/41>.

<sup>2</sup>[https://www.researchgate.net/publication/367867140\\_STRATEGI\\_PEMASARAN\\_USAHA\\_PP\\_RIYADLUL\\_JANNAH\\_PACET\\_MOJOKERTO\\_PERSPEKTIF\\_ILMU\\_EKONOMI\\_SYARIAH](https://www.researchgate.net/publication/367867140_STRATEGI_PEMASARAN_USAHA_PP_RIYADLUL_JANNAH_PACET_MOJOKERTO_PERSPEKTIF_ILMU_EKONOMI_SYARIAH)

teori dan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian. Bab ketiga menjelaskan metodologi penelitian secara lebih rinci, termasuk desain penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data. Bab keempat menyajikan hasil penelitian dan analisis data. Bab kelima adalah kesimpulan dan rekomendasi, yang menyimpulkan temuan-temuan penelitian dan memberikan rekomendasi praktis bagi Cafe Gadex serta saran untuk penelitian lebih lanjut.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan strategi pemasaran syariah di Cafe Gadex dan bisnis-bisnis sejenis, serta memperkaya literatur ilmiah mengenai ekonomi syariah.

## **Konseptual/teori**

### **1. Teori Pemasaran Syariah**

Pemasaran syariah mengacu pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam yang diterapkan dalam praktik pemasaran. Prinsip utama dalam pemasaran syariah mencakup keadilan, transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Menurut penelitian, pemasaran syariah tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial tetapi juga memperhatikan aspek moral dan etika dalam setiap transaksi bisnis.<sup>3</sup>

### **2. Bauran Pemasaran Syariah (Sharia Marketing Mix)**

Bauran pemasaran syariah terdiri dari elemen-elemen yang mirip dengan bauran pemasaran konvensional (product, price, place, promotion), namun diterapkan dengan pendekatan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan bauran pemasaran syariah dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan citra positif perusahaan.<sup>4</sup>

### **3. Teori Ekonomi Syariah**

Ekonomi syariah adalah sistem ekonomi yang berdasarkan pada ajaran Islam, yang menekankan keadilan sosial, kesejahteraan umum, dan larangan terhadap riba (bunga). Dalam konteks bisnis, ekonomi syariah mengajarkan pentingnya transaksi yang adil dan transparan serta tanggung jawab sosial perusahaan.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup><https://jurnal.rijan.ac.id/index.php/fdzt/article/view/41>.

<sup>4</sup>[https://www.researchgate.net/publication/367867140\\_STRATEGI\\_PEMASARAN\\_USAHA\\_PP\\_RIYADLUL\\_JANNAH\\_PACET\\_MOJOKERTO\\_PERSPEKTIF\\_ILMU\\_EKONOMI\\_SYARIAH](https://www.researchgate.net/publication/367867140_STRATEGI_PEMASARAN_USAHA_PP_RIYADLUL_JANNAH_PACET_MOJOKERTO_PERSPEKTIF_ILMU_EKONOMI_SYARIAH)

<sup>5</sup> <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/maen/article/download/1263/734/>

#### **4. Konsep Keadilan dan Transparansi**

Prinsip keadilan dalam ekonomi syariah menekankan bahwa setiap transaksi harus adil bagi semua pihak yang terlibat. Transparansi berarti bahwa semua informasi yang relevan harus disampaikan secara jujur kepada pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip ini dapat membangun kepercayaan pelanggan dan menciptakan hubungan jangka panjang yang positif.<sup>6</sup>

#### **5. Strategi Pemasaran Digital dalam Konteks Syariah**

Dengan perkembangan teknologi, pemasaran digital menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mencapai target pasar. Cafe Gadex dapat memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk mempromosikan produk dan layanannya, tentunya dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam konten dan cara penyampaian pesan pemasaran.<sup>7</sup>

### **Metodologi**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai strategi pemasaran syariah yang diterapkan di Cafe Gadex. Berikut penjelasan mengenai kesesuaian penggunaan studi kasus sebagai metodologi penelitian dalam konteks ini:

Studi kasus adalah pendekatan yang tepat untuk penelitian ini karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami konteks yang spesifik dan kompleks dari strategi pemasaran syariah di Cafe Gadex. Metodologi ini membantu peneliti dalam mendapatkan wawasan mendalam tentang bagaimana strategi pemasaran syariah diterapkan dan dampaknya terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik, karyawan, dan pelanggan Cafe Gadex untuk mengumpulkan informasi mendalam mengenai penerapan strategi pemasaran syariah. Wawancara ini membantu peneliti memahami perspektif dan pengalaman para responden terkait dengan kualitas layanan, harga, promosi, dan atmosfer cafe. Selain itu juga menggunakan observasi di lokasi Cafe Gadex untuk melihat langsung bagaimana strategi pemasaran syariah diterapkan dalam praktik sehari-hari. Observasi ini memberikan data yang kaya mengenai interaksi antara karyawan dan pelanggan, serta bagaimana elemen-elemen pemasaran diterapkan di lapangan. Analisis dokumen melibatkan peninjauan laporan keuangan, bahan promosi, dan dokumen lain yang relevan

---

<sup>6</sup> <http://ejournals.umma.ac.id/index.php/point/article/download/879/708/>

<sup>7</sup> <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/113419>

untuk memahami lebih lanjut tentang strategi pemasaran yang digunakan dan hasil yang telah dicapai. Analisis ini memberikan konteks tambahan dan mendukung data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

## **Diskusi Hasil Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran syariah yang diterapkan di Cafe Gadex, Desa Pacet, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, dan mengevaluasi efektivitasnya dalam menarik pelanggan serta meningkatkan omset penjualan. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus kualitatif yang melibatkan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami konteks yang spesifik dan kompleks dari strategi pemasaran syariah yang diterapkan.

## **Hasil Penelitian**

### **1. Kualitas Layanan**

Melalui wawancara dengan pemilik, karyawan, dan pelanggan Cafe Gadex, ditemukan bahwa kualitas layanan yang diberikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang ramah, cepat, dan efisien yang diberikan oleh staf Cafe Gadex. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran dan transparansi dalam pelayanan juga diperkuat oleh observasi langsung yang menunjukkan interaksi positif antara karyawan dan pelanggan.

### **2. Harga dan Keputusan Pembelian**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Cafe Gadex dinilai kompetitif oleh pelanggan. Dokumen analisis keuangan cafe menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diterima. Namun, wawancara dengan pelanggan juga mengungkapkan bahwa adanya strategi harga yang lebih fleksibel dan promosi yang menarik dapat lebih meningkatkan daya saing Cafe Gadex.

### **3. Efektivitas Promosi melalui Media Sosial**

Promosi melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook terbukti efektif dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Melalui analisis dokumen bahan promosi dan wawancara dengan tim pemasaran, ditemukan bahwa

promosi yang kreatif dan informatif di media sosial meningkatkan visibilitas dan engagement Cafe Gadex dengan pelanggan. Observasi langsung juga menunjukkan peningkatan kunjungan pelanggan yang dipicu oleh kampanye media sosial.

#### **4. Atmosfer Cafe dan Kepuasan Pelanggan**

Atmosfer dan suasana cafe yang nyaman menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Observasi langsung di lokasi Cafe Gadex menunjukkan bahwa dekorasi estetik dan fasilitas yang memadai menciptakan lingkungan yang menarik. Wawancara dengan pelanggan juga menegaskan bahwa atmosfer cafe yang nyaman membuat mereka betah berlama-lama di cafe. Data ini didukung oleh analisis dokumen yang mencatat peningkatan durasi kunjungan pelanggan.

#### **5. Implementasi Prinsip Syariah dalam Pemasaran**

Penerapan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial dalam strategi pemasaran Cafe Gadex tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membangun citra positif di mata publik. Melalui wawancara dengan pemilik dan karyawan, ditemukan bahwa prinsip-prinsip syariah diterapkan dalam setiap aspek operasional cafe, mulai dari pemilihan bahan baku yang halal hingga praktik bisnis yang adil dan transparan. Observasi langsung dan analisis dokumen mendukung temuan ini dengan menunjukkan konsistensi penerapan nilai-nilai syariah dalam operasional sehari-hari.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah yang diterapkan di Cafe Gadex efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Metodologi studi kasus kualitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang mendalam dan komprehensif mengenai penerapan strategi pemasaran syariah dan dampaknya terhadap kinerja bisnis. Dengan terus mengoptimalkan strategi pemasarannya, Cafe Gadex dapat meningkatkan daya saingnya di pasar dan mencapai keberlanjutan bisnis yang lebih baik.

### **Implikasi Kebijakan dan Rekomendasi**

#### **Implikasi Kebijakan**

Penelitian ini menghasilkan beberapa implikasi kebijakan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran syariah di Cafe Gadex. Berikut adalah implikasi kebijakan yang diusulkan:

## **1. Peningkatan Standar Layanan**

Implementasi kebijakan yang menekankan pada peningkatan kualitas layanan adalah kunci untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Cafe Gadex harus mengadopsi standar layanan yang ketat, yang mencakup pelatihan rutin bagi karyawan tentang prinsip-prinsip layanan syariah seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Pemerintah daerah dapat mendukung inisiatif ini dengan menyediakan pelatihan dan sertifikasi bagi bisnis yang menerapkan layanan berbasis syariah.

## **2. Transparansi Harga dan Promosi**

Kebijakan yang mendorong transparansi harga dan promosi yang adil sangat diperlukan. Pemerintah daerah dapat mengeluarkan regulasi yang memastikan bahwa semua cafe, termasuk Cafe Gadex, menawarkan harga yang kompetitif dan promosi yang tidak menyesatkan. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan serta menciptakan persaingan yang sehat di pasar.

## **3. Dukungan Teknologi Digital**

Kebijakan yang mendukung penggunaan teknologi digital dalam pemasaran dapat membantu bisnis kecil seperti Cafe Gadex untuk memaksimalkan penggunaan media sosial dan platform digital lainnya. Pemerintah daerah dan asosiasi bisnis dapat menyediakan pelatihan dan sumber daya untuk membantu bisnis kecil dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital mereka, yang dapat meningkatkan visibilitas dan engagement dengan pelanggan.

## **Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa rekomendasi praktis yang dapat diterapkan oleh Cafe Gadex untuk meningkatkan strategi pemasaran syariahnya adalah sebagai berikut:

### **1. Meningkatkan Kualitas Layanan**

Cafe Gadex perlu terus meningkatkan kualitas layanannya dengan mengadakan pelatihan rutin bagi karyawan mengenai layanan syariah. Pelanggan yang merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil cenderung lebih loyal dan puas dengan layanan yang diterima. Ini juga dapat meningkatkan reputasi Cafe Gadex sebagai tempat yang mengedepankan nilai-nilai syariah [[4](<https://id.scribd.com/document/359802383/contoh-implikasi>)].



## **2. Optimalisasi Promosi Digital**

Menggunakan media sosial secara lebih efektif untuk mempromosikan produk dan layanan dapat meningkatkan visibilitas Cafe Gadex. Mengadakan kampanye media sosial yang kreatif dan melibatkan pelanggan dalam konten dapat meningkatkan engagement dan menarik lebih banyak pelanggan baru. Misalnya, mengadakan kompetisi foto di media sosial dengan hadiah voucher cafe dapat menjadi salah satu strategi yang efektif .

## **3. Penetapan Harga yang Kompetitif**

Menetapkan harga yang kompetitif dan transparan penting untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Cafe Gadex dapat mempertimbangkan strategi diskon dan promosi yang adil untuk meningkatkan daya tarik tanpa melanggar prinsip-prinsip syariah. Diskon yang diberikan pada hari-hari tertentu atau untuk pelanggan tetap dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

## **4. Peningkatan Atmosfer Cafe**

Menjaga dan meningkatkan suasana cafe agar tetap nyaman dan menarik bagi pelanggan adalah hal penting. Penambahan dekorasi estetis dan peningkatan fasilitas dapat membuat pelanggan merasa betah dan meningkatkan durasi kunjungan mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan. Misalnya, menambahkan elemen dekorasi yang ramah lingkungan dapat menarik perhatian pelanggan yang peduli dengan isu-isu lingkungan.

Dengan mengimplementasikan rekomendasi-rekomendasi ini, Cafe Gadex dapat memperkuat strategi pemasarannya, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta mencapai keberlanjutan bisnis yang lebih baik.

## **Kesimpulan**

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran syariah yang diterapkan di Cafe Gadex, Desa Pacet, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, dan mengevaluasi efektivitasnya dalam menarik pelanggan serta meningkatkan omset penjualan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

### **1. Efektivitas Strategi Pemasaran Syariah:**

Strategi pemasaran syariah yang diterapkan di Cafe Gadex terbukti efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial diterapkan dengan baik dalam layanan dan promosi cafe, yang menghasilkan respon positif dari pelanggan.

## **2. Peningkatan Kualitas Layanan:**

Kualitas layanan di Cafe Gadex yang mencakup pelayanan ramah, cepat, dan efisien berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil, yang meningkatkan loyalitas mereka terhadap cafe.

## **3. Promosi Digital yang Efektif:**

Penggunaan media sosial sebagai alat promosi terbukti efektif dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Kampanye media sosial yang kreatif dan informatif meningkatkan visibilitas Cafe Gadex dan engagement dengan pelanggan.

## **4. Atmosfer Cafe yang Menarik:**

Atmosfer dan suasana cafe yang nyaman menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dekorasi estetik dan fasilitas yang memadai menciptakan lingkungan yang menarik bagi pelanggan untuk berlama-lama di cafe.

## **5. Rekomendasi untuk Peningkatan Strategi Pemasaran:**

Cafe Gadex disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanannya, mengoptimalkan promosi digital, menetapkan harga yang kompetitif dan transparan, serta menjaga dan meningkatkan suasana cafe agar tetap nyaman dan menarik bagi pelanggan.

Dengan demikian, penerapan strategi pemasaran syariah yang konsisten dan berkelanjutan dapat meningkatkan daya saing Cafe Gadex di pasar, serta mencapai keberlanjutan bisnis yang lebih baik.

## **Referensi**

Puspitasari, AW. "Analisis Strategi Pemasaran Syariah untuk Peningkatan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif pada UD." *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2020.

Sakdiyah, H. "Strategi Bisnis Cafe dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Ditinjau Perspektif Syariah Marketing Mix." *Jurnal Trunojoyo*, 2022.

Rohmawati, AI. "Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Pembelian di Cafe Alas Pacet Mojokerto." *Bajang Journal*, 2022.

Mujahidin, AF. "Pengaruh Menu Diversity, Cafe Atmosphere, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Sabin Trawas Mojokerto." *Melati Journal*, 2022.

Sugiharto, T. "Tinjauan Sistematis Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif." *Media Psi*, 2021.

Nurahma, GA. "Strategi Pemasaran pada Pemandian Air Panas Pacet Mojokerto." *Media Psi*, 2023.

<https://jurnal.rijan.ac.id/index.php/fdzt/article/view/41>.

[https://www.researchgate.net/publication/367867140\\_Strategi\\_Pemasaran\\_Usaha\\_Pp\\_Riyadlul\\_Jannah\\_Pacet\\_Mojokerto\\_Perspektif\\_Ilmu\\_Ekonomi\\_Syariah](https://www.researchgate.net/publication/367867140_Strategi_Pemasaran_Usaha_Pp_Riyadlul_Jannah_Pacet_Mojokerto_Perspektif_Ilmu_Ekonomi_Syariah)

<https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/maen/article/download/1263/734/>

<http://ejournals.umma.ac.id/index.php/point/article/download/879/708/>

<https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/113419>