

## **Abstract**

*The Islamic Marketing Mix is currently gaining momentum in developing marketing knowledge and its practical implications for business and customers are very important. In fact, it has grown rapidly in recent years and has attracted the attention of academics and marketing practitioners. However, this area still lacks limited empirical evidence, especially in marketing mix decisions or the four P's, namely product, price, location, promotion that needs to be carried out and understood well by the company in order to continue to develop in a very tight competition. The purpose of this study is to increase consumer satisfaction through the Islamic Marketing Mix at Presto Milkfish in Pati. This type of research is mixed methods using a sample accidental sampling method. In this study the sample used was consumers who bought milkfish Presto for 100 respondents. The research instrument was in the form of a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data analysis technique in the study used to answer the hypotheses is multiple regression analysis with SPSS 23. data processing program that all hypotheses in the regression model in this study have a positive and significant effect on each variable so that it can be concluded that all hypotheses in this study can be accepted.*

*Keywords : Islamic Marketing Mix, Product, Price, Location, Promotion, Customer Satisfaction of Milkfish Presto*

## **Abstrak**

*Islamic Marketing Mix* sekarang ini mendapatkan momentum dalam pengembangan pengetahuan pemasaran dan implikasi praktisnya terhadap bisnis dan pelanggan sangat penting. Bahkan, telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dan telah menarik perhatian akademisi dan praktisi pemasaran. Namun demikian, area ini masih tetap kekurangan bukti empiris yang terbatas, terutama pada keputusan bauran pemasaran atau empat P yaitu produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*) yang perlu dilakukan dan dipahami dengan baik oleh perusahaan agar tetap bisa berkembang didalam persaingan yang sangat ketat. Tujuan penelitian ini yaitu untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui Islamic Marketing Mix Pada Bandeng Presto Di Pati. Jenis penelitian yang digunakan adalah *mixed methods menggunakan sampel* metode *accidental sampling*. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah para konsumen yang membeli Bandeng Presto sebanyak 100 responden. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data dalam penelitian yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis regresi berganda dengan program olah data SPSS 23. bahwa seluruh hipotesis dalam model regresi pada penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap masing-masing variabel sehingga dapat disimpulkan semua hipotesis dalam penelitian dapat ini diterima.

**Kata Kunci:** Islamic Marketing Mix, Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kepuasan konsumen Bandeng Presto