

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pada MLM Syariah Cabang BC Palembang 4 terhadap perilaku membeli di Sekip Ujung Kecamatan Kemuning Kota Palembang dan untuk mengetahui kendala- kendala dalam menerapkan strategi pemasaran pada MLM Syariah HNI-HPAI Cabang BC Palembang 4 terhadap perilaku membeli di Sekip Ujung Kecamatan Kemuning Kota Palembang. Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) merupakan studi terhadap realitas kehidupan sosial masyarakat secara langsung. Sumber data yang digunakan sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BC HNI-HPAI Cabang Palembang 4 terhadap perilaku membeli yaitu menggunakan bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*) yang mana tujuh unsur tersebut sudah diterapkan dan dilakukan dengan baik. Kendala-kendala yang sering terjadi pada BC HNI-HPAI Cabang Palembang 4 dalam menerapkan strategi pemasaran adalah kurangnya pengetahuan konsumen terhadap manfaat produk yang di jual karena adanya penolakan- penolakan yang datang dari konsumen maupun calon konsumen.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Perilaku Membeli