

## ABSTRAK

**Kurnia Afriyanti (1520310064), “Analisis Perubahan Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Di Era Perkembangan Teknologi Informasi Pada Neea “SIB Collection” Di Desa Robayan Kalinyamatan Jepara”. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri “IAIN” Kudus 2018.**

Tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui perubahan perilaku konsumen pada konsumen usaha Neea “SIB Collection” Robayan Kalinyamatan Jepara di era perkembangan teknologi informasi, mengetahui dampaknya perubahan perilaku konsumen tersebut dalam perancangan strategi pemasaran pada Neea “SIB Collection”, dan mengetahui dampak perubahan strategi pemasaran tersebut pada peningkatan penjualan Neea “SIB Collection”. di desa Robayan.

Metode yang digunakan penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi. Subyek penelitian ini adalah pemilik dari Neea “SIB Collection”, pekerja Neea “SIB Collection”, pelanggan serta konsumen Neea “SIB Collection”.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa di era perkembangan teknologi informasi perilaku konsumen Neea “SIB Collection” mengalami perubahan, baik itu dalam segi sosial, budaya, ekonomi, maupun psikologinya. Perubahan perilaku konsumen Neea “SIB Collection” tersebut pun juga berpengaruh pada strategi pemasarannya Neea “SIB Collection”, karena strategi pemasaran haruslah fleksibel atau bisa beradaptasi dengan setiap perubahan perilaku konsumen yang terjadi, karena hal itu akan berdampak pada produk yang dipasarkan diterima atau tidaknya oleh masyarakat luas. Hal tersebut berpengaruh pada peningkatan jumlah penjualan, karena dengan melakukan pemasaran *online*, pemasarannya pun tidak terhambat ruang dan waktu.

***Kata kunci: Perilaku Konsumen, Strategi Pemasaran, Teknologi Informasi.***