

ABSTRAK

“Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Produk dan Pemasaran Di Pabrik Pasir Kucing (Studi Pada Perusahaan *Hello Cat Litter* Pabrik Pasir Kucing Di Desa Sukoreno Kecamatan Gandusari Kabupaten Blitar)” yang ditulis oleh M. Zubair ArdiAnto, NIM. 17402163634 pembimbing Ahmad Budiman, M.S.I

Penelitian ini dilatorbelakangi dengan lima faktor-faktor yang timbul dalam loyalitas pelanggan. Diantaranya kepuasan, ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman dengan perusahaan. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, sebuah perusahaan harus mempunyai strategi-trategi untuk diterapkan. Pada pabrik pasir kucing *hello Cat litter* untuk mampu mempertahankan loyalitas pelanggan mereka menerapkan beberapa aspek dalam manajemen produksi yang berupa perencanaan, pengendalian, dan pengawasan produksi untuk menciptakan loyalitas.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kepuasan dalam membangun loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas produk, dan pemasaran, Pentingnya loyalitas pelanggan dalam pemasaran tidak diragukan lagi. Pemasar sangat mengharapkan dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya, penelitian ini ingin menguji faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. misalnya perusahaan dapat mempelajari karakteristik konsumen, mempelajari keinginan dan kebutuhan konsumen, dan pelayanan terhadap konsumen. Strategi-strategi tersebut dapat diterapkan dalam suatu perusahaan agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk. Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana startegi yang dilakukan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan melalui kualitas produk dan pemasaran pada pabrik pasir *hello cat litter* di Desa Sukoreno Kecamatan Gandusari Kabupaten Blitar (2) Bagaimana kekuatan dan kelemahan dalam strategi mempertahankan loyalitas pelanggan melaluikualitas produk dan pemasaran pada pabrik pasir *hello cat litter* di Desa Sukoreno Kecamatan Gandusari Kabupaten Blitar.

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam terhadap informan. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik analisis studi lapangan yang mencari aspek-aspek keterkaitan dari manajemen produksi dan analisis faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan pada perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi mempertahankan loyalitas pelanggan melalui melalui kualitas produk dan pemasaran adalah melakukan perencanaan produksi dengan memperhatikan kualitas dan kuantitas produk, melakukan pengendalian produksi dengan melaksanakan tahapan perencanaan produksi yang sesuai dengan sasaran (segmentasi pasar), dan melakukan pengawasan produksi dengan mempertahankan kualitas dan efisiensi waktu. 2) Faktor internal yang menjadi kekuatan yaitu kepuasan yang baik terhadap pelanggan, memiliki ikatan emosi yang baik sesama konsumen yang lain, pengalaman dengan perusahaan yang baik, kepercayaan yang ditimbulkan

antara pelanggan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, melakukan transaksi memberikan kemudahan. Faktor kelemahannya, kepuasan pelanggan yang masih sedikit terdapat kekurangan, ikatan emosi yang terjalin terkadang masih terjadi kesalahan pemahaman, kepercayaan yang timbul terkadang kurang baik

Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, Kualitas Produk, Manajemen Pemasaran

ABSTRACT

"Strategies for Maintaining Customer's Loyalty through Product Quality and Marketing at Cat Sand Factory (Study in the Hello Cat Litter Company Cat Sand Factory in Sukoreno Village, Gandusari District, Blitar Regency)" written by M. Zubair ArdiAnto, NIM. 17402163634 advisor Ahmad Budiman, M.S.I

This research was motivated by five factors which arise in customer loyalty. They are satisfaction, emotional bonding, trust, ease and experience with the company. In maintaining customer loyalty, a company must have strategies to be implemented. In Hello Cat Litter Cat Sand factory in order to maintain customer loyalty, they apply several aspects in production management which are planning, controlling, and supervising production to create loyalty.

This study is intended to explain the effect of satisfaction in developing customer's loyalty which are influenced by product quality and marketing. The importance of customer loyalty in marketing has no doubt. Marketers hope it so much in order to retain their customers for a long time, even if it is possible for forever. This study is wanted to examine the factors that affect customer's loyalty, for example, a company can learn their consumer's characteristics, learn consumer's wants and needs, and the service to the consumers. That strategies can be applied in a company in order to attract consumers to buy the products. The research's objectives in writing this thesis are (1) How are the strategies carried out in maintaining customer loyalty through product quality and marketing at the Hello Cat Litter Sand Factory in Sukoreno Village, Gandusari District, Blitar Regency (2) How are the strengths and weaknesses in the strategy of maintaining customer's loyalty through product quality and marketing at the Hello Cat Litter Sand Factory in Sukoreno Village, Gandusari District, Blitar Regency.

This research, the approach, which is used, is a qualitative approach by using data collection techniques through in-depth interviews with informants. The data sources in this study are used primary and secondary data. This research is used field study analysis techniques that look for the related aspects of production management and the internal factors analysis in the form of strengths and the weaknesses of a company.

The results of this study indicate that: 1) The strategy to maintain customer loyalty through product quality and marketing is to carry out production planning by paying attention to product quality and quantity, control the production by carrying out production planning stages based on the target (market segmentation), and monitor the production by maintaining quality and time efficiency. 2) Internal factors that become the strength are it is privately (owned) industries, have business licenses and brand rights, the products which are produced are permanently and in suit with the characteristics, maintain product quality by maintaining good relations between owners and employees. The weakness factor are the production process, which is carried out, are still have obstacles in operating of production machines, the renting lands which are owned by others, and small storage warehouses.

Keywords: Customer's Loyalty, Product Quality, Marketing Management.