

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “*Strategi Relationship Marketing Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dalam Prespektif Islam di BRP Cellular Bandung Tulungagung.*” ini ditulis oleh Muhamad Rijal Amin, NIM. 12405173180, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, pembimbing Elok Fitriani Rafikasari, M.Si

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin berkembangnya dunia perdagangan, hendaknya perusahaan mengubah pandangan mengenai orientasi pada produk ke berorientasi pada pelanggan, hal ini berguna untuk menarik minat, sekaligus loyalitas pelanggan dalam membeli produknya secara berulang ulang. Penelitian ini difokuskan pada tiga masalah, yaitu: (1) Bagaimana penerapan strategi *relationship marketing* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam prespektif Islam di BRP Cellular Bandung Tulungagung? (2) Bagaimana dampak penerapan strategi *relationship marketing* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam prespektif Islam di BRP Cellular Bandung Tulungagung? Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui penerapan dan dampak strategi *relationship marketing* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam prespektif Islam di BRP Cellular Bandung Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Data deskriptif adalah data yang diperoleh berupa kata-kata dan tindakan, yang kemudian berusaha dideskripsikan dan diinterpretasikan. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara semi terstruktur, observasi partisipan pasif dan dokumentasi. Analisis datanya menggunakan prosedur reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Sedangkan teknik pengecekan keabsahan data menggunakan kriteria derajat kepercayaan, antara lain dilakukan dengan memperpanjang pengamatan, triangulasi dan pengecekan teman sejawat.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti diantaranya yaitu: *Pertama*, penerapan strategi *relationship marketing* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu dimulai pengenalan produk dengan pendekatan dan juga promo menarik, melakukan kerjasama dengan beberapa komunitas agar menambah jangkauan pasar dan menjaga komitmen dan kepercayaan kepada seluruh pelanggan yang telah membeli produk. *Kedua*, dampak dari penerapan *relationship marketing* yaitu nama perusahaan akan tersebar secara luas melalui mulut kemulut melalui pelanggan yang loyal dan pelanggan tidak beralih ke toko lain karena merasa nyaman serta pelanggan akan mengajak keluarga bahkan teman mereka untuk membeli produk di perusahaan PRP Cellular

**Kata Kunci:** Relationship Marketing, Loyalitas Pelanggan

## ABSTRACT

The thesis with the title "Relationship Marketing Strategy To Increase Customer Loyalty in Islamic Perspective at BRP Cellular Bandung Tulungagung." was written by Muhamad Rijal Amin, NIM. 12405173180, Department of Sharia Business Management, Faculty of Islamic Economics and Business, Tulungagung State Islamic Institute, Supervisor Rafikasari, M.Si

This research is motivated by the growing world of trade, should the company change the view of the orientation of the product to customer-oriented, it is useful to attract interest, as well as customer loyalty in buying its products repeatedly. This research is focused on three issues, namely: (1) How to implement relationship marketing strategies to increase customer loyalty in islamic perspective at BRP Celullar Bandung Tulungagung? (2) How is the impact of implementing relationship marketing strategies to increase customer loyalty in islamic perspective at BRP Celullar Bandung Tulungagung? The purpose of this study is to know the application and impact of relationship marketing strategies to increase customer loyalty in islamic perspectives at BRP Celullar Bandung Tulungagung.

This research uses qualitative approaches and descriptive types of research. Descriptive data is data obtained in the form of words and actions, which then try to be described and interpreted. Data collection techniques use semi-structured interviews, passive participant observation and documentation. Its data analysis uses data reduction procedures, data presentation and conclusion withdrawal or verification. While the technique of checking the validity of data using the criteria of degree of trust, among others, is done by extending observation, triangulation and peer checking.

The results of research conducted by researchers include: First, the application of relationshipmarketing strategies in increasing customer loyalty is the start of product introduction with attractive approaches and promos, collaborating with several commuitas to increase market reach and maintain commitment and trust to all customers who have purchased products. Second, the impact of the application of relationship marketing is that the company name will be widely spread through the mouth through loyal customers and customers do not switch to other stores because they feel comfortable and customers will invite their family and friends to buy products at BRP Celullar company.

**Keywords:** Relationship Marketing, Customer Loyalty