

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa Transportasi Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen” ini ditulis oleh Ilham Aji Nugroho NIM 12405173128 dengan pembimbing Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh fenomena peningkatan jumlah konsumen perusahaan jasa transportasi Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek pada tahun 2017-2019. Sedangkan menurut data dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2016-2017 jumlah perusahaan jasa transportasi di Provinsi Jawa Timur dan khususnya di Kabupaten Trenggalek terus mengalami peningkatan yang semakin meningkatkan persaingan pada usaha sejenis tersebut. Dari fenomena ini peneliti tertarik untuk melakukan analisis strategi pemasaran perusahaan jasa transportasi Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi pemasaran Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek dalam menciptakan loyalitas konsumen dan mengetahui dampak dari strategi pemasaran yang telah diterapkan Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek terhadap loyalitas konsumennya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Dengan metode pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara mendalam serta dokumentasi. Untuk pengecekan keabsahan data peneliti menggunakan Triangulasi Sumber dan Triangulasi Teknik.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari analisis strategi pemasaran yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa ada tiga metode strategi pemasaran yang telah diterapkan. Yang pertama melalui strategi segmentasi. Strategi segmentasi Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek dapat diketahui berupa strategi segmentasi geografik, demografik dan tingkah laku.

Kedua melalui strategi *targeting*, berdasarkan dari segmen pasar yang ada Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek memiliki target pasar yaitu orang kabupaten Trenggalek yang berusia produktif, Kemudian yang ketiga adalah strategi *positioning*, dalam memposisikan perusahaannya untuk membangun image yang baik pada konsumen Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek berusaha memberikan kemudahan, keamanan dan kenyamanan pada konsumennya. Strategi pemasaran ini memberikan dampak meningkatnya jumlah konsumen dan terciptanya loyalitas konsumen karena terbentuknya citra perusahaan yang baik dan kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Thesis with the title "Analysis of Marketing Strategy for Transportation Service Company Sources of Fortune Tour & Travel Trenggalek in Creating Consumer Loyalty" was written by Ilham Aji Nugroho NIM 12405173128 with mentor Ahmad Syaichoni, M.Sy.

The research in this thesis is motivated by the phenomenon of an increase in the number of consumers of transportation service companies Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek in 2017-2019. Meanwhile, according to data from the Central Statistics Agency in 2016-2017 the number of transportation service companies in East Java Province and especially in Trenggalek Regency continues to increase which further increases competition in such businesses. From this phenomenon, researchers are interested in analyzing the marketing strategy of the transportation service company Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek.

The purpose of this study was to determine the marketing strategy of Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek in creating consumer loyalty and to know the impact of the marketing strategy that has been applied by Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek on consumer loyalty. This study uses a descriptive qualitative research method with a case study approach. Sources of data used are primary data and secondary data. With the method of collecting data through direct observation, in-depth interviews and documentation. To check the validity of the data, researchers used Source Triangulation and Technique Triangulation.

Based on the research results obtained from the analysis of marketing strategies that have been carried out it can be seen that there are three methods of marketing strategies that have been applied. The first is through the segmentation strategy. The segmentation strategy of Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek can be identified in the form of geographic, demographic and behavioral segmentation strategies.

The second is through a targeting strategy, based on the existing market segment. Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek has a target market of people from Trenggalek Regency who are productive, Then the third is positioning strategy, in positioning the company to build a good image on Sumber Rejeki Tour & Travel consumers. Trenggalek strives to provide convenience, security and comfort to its consumers. This marketing strategy has the effect of increasing the

number of consumers and creating consumer loyalty due to the formation of a good corporate image and customer satisfaction

Keywords: Marketing Strategy, Consumer Loyalty