

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Implementasi Strategi *Relationship Marketing* Dalam Mempertahankan Kualitas Layanan Dan Loyalitas Pelanggan Tiffany Salon Blitar” yang ditulis oleh Siti Nurul Lailiyah, NIM 12405183374, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing Dr. Sutopo, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya persaingan bisnis dengan menerapkan strategi *relationship marketing* dalam bidang jasa yang semakin ketat. Dilihat dari keadaan persaingan yang ketat, berbagai usaha yang bergerak di bidang jasa, khususnya salon kecantikan harus mampu berinovasi dalam segala hal yang berkaitan dengan perawatan kecantikan untuk memenuhi kepuasan pelanggannya baik berupa kelengkapan produk, fasilitas, penetapan tarif dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, maka pemilik salon kecantikan Tiffany Salon Blitar menerapkan berbagai strategi *relationship marketing* yang berguna untuk mempertahankan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan, sehingga Tiffany Salon Blitar memiliki daya saing yang unggul serta tetap bertahan sampai saat ini.

Fokus penelitian skripsi ini adalah 1) Bagaimana implementasi strategi *relationship marketing* dalam mempertahankan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan pada Tiffany Salon Blitar. 2) Bagaimana kendala yang dihadapi Tiffany Salon Blitar dalam mempertahankan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan?. 3) Bagaimana upaya yang dilakukan Tiffany Salon Blitar untuk mempertahankan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah Implementasi Strategi *Relationship Marketing* pada Tiffany Salon Blitar mampu bersaing dengan salon kecantikan lain, komitmen dan inovasi pemilik Tiffany Salon Blitar begitu luar biasa sekali. Pemilik menerapkan 4 dimensi *relationship marketing* yaitu ikatan, empati, jangka panjang, dan kepercayaan. Jadi, secara keseluruhan *relationship marketing* Tiffany Salon cukup baik sekali dan sudah berhasil dipertahankan. Kendala yang dihadapi dalam dunia bisnis khususnya dalam bidang jasa salon kecantikan yaitu *complain* pelanggan, oleh sebab itu pemilik Tiffany Salon Blitar selalu mengutamakan kualitas layanan yang unggul jika dibandingkan dengan salon kecantikan lain disekitar. Kualitas layanan pada Tiffany Salon Blitar selalu diutamakan sampai saat ini. Pemilik terus melakukan inovasi dan riset pasar terkait bisnis dalam bidang industri jasa kecantikan. Upaya Tiffany Salon dalam mempertahankan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan adalah dengan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggannya, baik pelanggan baru maupun pelanggan yang tetap. Kepercayaan konsumen merupakan sebuah prioritas untuk mempertahankan sebuah bisnis.

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

ABSTRACT

This minithesis is entitled "Implementation of Relationship Marketing Strategy in Maintaining Service Quality and Customer Loyalty of Tiffany Salon Blitar" written by Siti Nurul Lailiyah, NIM 12405183374, Department of Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business, Advisor Dr. Sutopo, M.Pd.

This research is motivated by the existence of business competition by implementing a relationship marketing strategy in the service sector which is increasingly stringent. Judging from the situation of intense competition, various businesses engaged in services, especially beauty salons, must be able to innovate in all matters relating to beauty care to meet customer satisfaction in the form of completeness of products, facilities, setting tariffs and so on. Therefore, the owner of the Tiffany Salon Blitar beauty salon implements various relationship marketing strategies that are useful for maintaining service quality and customer loyalty, so that Tiffany Salon Blitar has superior competitiveness and continues to this day.

The focus of this thesis research is 1) How to implement a relationship marketing strategy in maintaining service quality and customer loyalty at Tiffany Salon Blitar. 2) What are the obstacles faced by Tiffany Salon Blitar in maintaining service quality and customer loyalty?. 3) What are the efforts made by Tiffany Salon Blitar to maintain service quality and customer loyalty.

This research uses descriptive qualitative method. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. Meanwhile, the data collection techniques used in this study were data reduction, data presentation and conclusion drawing.

The results obtained are Implementation of Relationship Marketing Strategy at Tiffany Salon Blitar is able to compete with other beauty salons, the commitment and innovation of the owner of Tiffany Salon Blitar is extraordinary. The owner applies 4 dimensions of relationship marketing, namely bonding, empathy, long term, and trust. So, overall Tiffany Salon's relationship marketing is quite good and has been successfully maintained. Obstacles faced in the business world, especially in the field of beauty salon services, namely customer complaints, therefore the owner of Tiffany Salon Blitar always prioritizes superior service quality when compared to other beauty salons around. The quality of service at Tiffany Salon Blitar has always been prioritized until now. The owner continues to innovate and conduct market research related to business in the beauty service industry. Tiffany Salon's effort in maintaining service quality and customer loyalty is to maintain good relationships with its customers, both new customers and regular customers. Consumer trust is a priority to maintain a business.

Keywords: Relationship Marketing, Service Quality, Customer Loyalty.