

ABSTRAK

Skripsi dengan judul, “Strategi E-marketing terhadap konsistensi pelanggan dalam menjaga loyalitas konsumen pada minuman Frienchise di Tulungagung (Studi kasus Nyoklat klasik Bu Dendi)” yang ditulis oleh Lutfi Fajar Rohmansyah, NIM. 17402163101, pembimbing Bapak Refki Rusyadi M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh seorang pengusaha tentunya kita tidak mau usaha yang kita jalankan tidak berjalan sebagaimana mestinya dan tidak dapat terhindar dengan yang namanya persaingan. Pengusaha harus memperhatikan daya saing yang berada pada pasarnya yang mempengaruhi konsumen, strategi e-marketing pengusaha yang diterapkan dalam menghadapi daya saing terhadap konsumen tentunya patut diperhitungkan dan diterapkan. Maka dari itu peneliti mengangkat Strategi E-marketing terhadap konsistensi pelanggan dalam menjaga loyalitas konsumen pada minuman Frienchise di Tulungagung (Studi kasus Nyoklat klasik Bu Dendi) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Satu Tulungagung.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan data pada penelitian ini adalah dokumentasi, observasi, dan wawancara. Pengambilan data diperoleh dari pelanggan Nyoklat klasik dan pemilik Nyoklat klasik sendiri. Tahap selanjutnya, data yang diperoleh disajikan dan dipaparkan sebagaimana mestinya.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu, strategi e-marketing yang digunakan yaitu manarik rasa penasaran minat konsumen terhadap produk dengan menggunakan strategi Marketing *inbound*, dan sosial media sebagai media pemasaran produk untuk menarik konsumen yang berupa postingan gambar atau video.

Kata Kunci: Strategi e-Marketing, Konsumen, Daya Saing.

ABSTRACT

Thesis with the title, Strategi E-marketing terhadap konsistensi pelanggan dalam menjaga loyalitas konsumen pada minuman Frienchise di Tulungagung (Studi kasus Nyoklat klasik Bu Dendi) by Lutfi Fajar Rohmansyah, NIM. 17402163101, guided by Mr. Refki Rusyadi M.Pd.I.

This research is motivated by an entrepreneur, of course, we don't want the business we are running to not run properly and can't be avoided by what is called competition. Entrepreneurs must pay attention to the competitiveness that is in their market that affects consumers, the entrepreneur's e-marketing strategy applied in facing competitiveness against consumers must be taken into account and applied. Therefore, the researcher wrote the thesis Strategi E-marketing terhadap konsistensi pelanggan dalam menjaga loyalitas konsumen pada minuman Frienchise di Tulungagung (Studi kasus Nyoklat klasik Bu Dendi) at the Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Satu Tulungagung.

The techniques used in data collection in this study were documentation, observation, and interviews. Data collection was obtained from classic chocolate customers and classic chocolate owners themselves. The next stage, the data obtained are presented and presented properly.

The results obtained in this study are, the e-marketing strategy used is to attract consumers' curiosity about the product by using an inbound strategy, and social media as a product marketing medium to attract consumers in the form of posting pictures or videos.

Keywords: *e-Marketing Strategy, Consumers, Competitiveness.*