

ABSTRAK

Skripsi berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Angkringan Sor Mlinjo Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung” yang ditulis oleh Claudia Carelina, NIM. 12405193131, dengan dosen pembimbing Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya bisnis dalam bidang kuliner yang bergerak dalam bidang yang serupa yaitu angkringan, hal ini berdampak pada penurunan kunjungan pelanggan pada Angkringan *Sor Mlinjo*. Maraknya pesaing usaha dalam bidang yang serupa menyebabkan Angkringan *Sor Mlinjo* harus dapat bertahan dan berusaha untuk menyesuaikan diri melalui inovasi-inovasi untuk mengatasi persaingan dan meningkatkan loyalitas pelanggan pada bisnisnya, karena bisnis angkringan sudah tidak seramai dahulu. Untuk mencapai target dalam bisnisnya Angkringan *Sor Mlinjo* menggunakan *marketing mix 7P* yang meliputi *Product, Price, Place, Promotion, Process, People* dan *Physical Evidence*.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu (1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran menggunakan *marketing mix 7p* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada Angkringan *Sor Mlinjo*? (2) Bagaimana karakteristik loyalitas pelanggan pada Angkringan *Sor Mlinjo*?

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data ini didapatkan peneliti melalui wawancara dengan pemilik, karyawan dan pelanggan Angkringan *Sor Mlinjo*. Observasi dan dokumentasi dilakukan dengan menganalisis informasi tentang strategi pemasaran yang diterapkan Angkringan *Sor Mlinjo*. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan 3 metode yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan temuan yang dilakukan dengan triangulasi data, uji transferabilitas dan uji konfirmasi.

Hasil penelitian ini adalah Angkringan *Sor Mlinjo* telah menerapkan seluruh elemen *marketing mix 7P* secara tepat sasaran dengan tujuan usahanya. Dimana seluruh bauran pemasaran pada *marketing mix 7P* masing-masing memiliki dampak yang dominan dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya. Serta terdapat beberapa karakteristik loyalitas pelanggan pada Angkringan *Sor Mlinjo* yaitu dengan pelanggan melakukan kunjungan berulang kali, membeli berbagai macam produk lain yang diproduksi oleh Angkringan *Sor Mlinjo*, mempromosikan atau merekomendasikan kepada orang lain dan tidak terpengaruh dengan usaha lainnya dengan bidang usaha yang serupa.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Strategi, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The thesis entitled "Analysis of Marketing Strategies in Increasing Customer Loyalty at Angkringan Sor Mlinjo, Kauman District, Tulungagung Regency" written by Claudia Carelina, NIM. 12405193131, with supervisor Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

This research is motivated by the rise of businesses in the culinary field that are engaged in a similar field, namely angkringan, this has an impact on reducing customer visits to Angkringan Sor Mlinjo. The rise of business competitors in a similar field has forced Angkringan Sor Mlinjo to survive and try to adapt through innovations to overcome competition and increase customer loyalty to its business, because the angkringan business is not as busy as it used to be. To achieve the target in his business, Angkringan Sor Mlinjo uses the 7P marketing mix which includes Product, Price, Place, Promotion, Process, People and Physical Evidence.

The focus of research in this thesis is (1) How is the implementation of marketing strategies using the 7p marketing mix in increasing customer loyalty at Angkringan Sor Mlinjo? (2) What are the characteristics of customer loyalty at Angkringan Sor Mlinjo?

This study uses qualitative research with a descriptive approach. The data used in this study are primary data and secondary data. This data was obtained by researchers through interviews with the owners, employees and customers of Angkringan Sor Mlinjo. Observation and documentation were carried out by analyzing information about the marketing strategy implemented by Angkringan Sor Mlinjo. In analyzing the data researchers used 3 methods, namely data reduction, data presentation and drawing conclusions. Checking the validity of the findings was carried out by data triangulation, transferability test and confirmability test.

The results of this study are that Angkringan Sor Mlinjo has implemented all elements of the 7P marketing mix in an appropriate manner with its business objectives. Where the entire marketing mix in the 7P marketing mix each has a dominant impact in increasing customer loyalty. As well as there are several characteristics of customer loyalty to Angkringan Sor Mlinjo, namely customers making repeated visits, buying various other products produced by Angkringan Sor Mlinjo, promoting or recommending to others and not being influenced by other businesses with similar business fields.

Keywords: *Marketing Mix, Strategy, Customer Loyalty*