

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Kristika *Laundry* Cabang Jabang Kras Kediri)” ini ditulis oleh Alfina Nikmatu Nada NIM. 12405193139 Pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pertumbuhan industri *laundry* yang signifikan, diperkirakan meningkat hingga 50%. Peristiwa ini didukung oleh peningkatan pendapatan, jumlah penduduk, teknologi, trend dan aksesibilitas yang membuat pelanggan mudah mengakses jasa *laundry*. Dalam penelitian ini peneliti melihat adanya hubungan antara strategi pemasaran industri *laundry* dalam mempertahankan loyalitas konsumen di Kristika *Laundry* Cabang Kras Kediri.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Kristika *Laundry* dalam mempertahankan loyalitas konsumen, untuk menganalisa kendala dan solusi dalam menerapkan strategi pemasaran Kristika *Laundry* untuk mempertahankan loyalitas konsumen, serta untuk menganalisa dampak dari penerapan strategi pemasaran oleh Kristika *Laundry* dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

Untuk mencapai tujuan tersebut metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan pada objek penelitian yaitu Kristika *Laundry*. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Sedangkan pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi teknik dan meningkatkan ketekunan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Kristika *Laundry* adalah dengan menerapkan bauran pemasaran berupa 7P yang terdiri dari Produk (*Product*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang atau Sumber Daya Manusia (*People*), Proses (*Process*), dan Layanan Pelanggan (*Customer Service*). Adapun kendala yang dialami oleh Kristika *Laundry* dalam menerapkan strategi pemasaran ialah persaingan, keluhan dari pelanggan dan masyarakat yang sudah memiliki mesin cuci sendiri. Sedangkan untuk solusi yang dilakukan untuk menyelesaikan kendala tersebut adalah promosi, jaminan dan variasi produk jasa. Serta dampak dalam menerapkan strategi pemasaran oleh Kristika *Laundry* dalam mempertahankan loyalitas konsumen dengan aspek bauran pemasaran 7P ialah peningkatan omzet penjualan yang diakibatkan aspek promosi yang dilakukan pemilik. Promosi yang dilakukan dengan menggunakan media sosial melalui platform TikTok.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Loyalitas Konsumen, Usaha Jasa

ABSTRACT

Thesis with the title "Analysis of Marketing Strategy in Maintaining Consumer Loyalty (Case Study at Kristika Laundry, Jabang Kras Kediri Branch)" written by Alfina Nikmatu Nada, NIM. 12405193139, supervisor Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is motivated by the significant growth of the laundry industry, which is estimated to increase by up to 50%. This event was supported by an increase in income, population, technology, trends and accessibility which made it easy for customers to access laundry services. In this study, researchers saw a relationship between the marketing strategy of the laundry industry in maintaining consumer loyalty at Kristika Laundry, Jabang Kras Kediri Branch.

The purpose of this study is to analyze the marketing strategy implemented by Kristika Laundry in maintaining customer loyalty, to analyze the obstacles and solutions in implementing Kristika Laundry's marketing strategy to maintain customer loyalty, and to analyze the impact of implementing marketing strategies by Kristika Laundry in maintaining customer loyalty. .

To achieve these objectives the research method used in this study is a qualitative method with a case study approach. Data collection techniques using observation, interviews and documentation were carried out on the research object, namely Kristika Laundry. Data analysis techniques using data reduction, data presentation, drawing conclusions. While checking the validity of the data using technical triangulation and increasing persistence.

The results of this study indicate that the marketing strategy implemented by Kristika Laundry is to implement a marketing mix in the form of 7P consisting of Product, Price, Location, Promotion, People or Human Resources.), Process (Process), and Customer Service (Customer Service). The obstacles experienced by Kristika Laundry in implementing the marketing strategy are competition, complaints from customers and people who already have their own washing machine. As for the solutions made to solve these obstacles are promotions, guarantees and variations of service products. As well as the impact in implementing the marketing strategy by Kristika Laundry in maintaining consumer loyalty with the 7P marketing mix aspect, namely the increase in sales turnover due to the promotional aspects carried out by the owner. Promotions carried out using social media through the TikTok platform.

Keywords: *Marketing Strategy, Consumer Loyalty, Service Business*