

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Konveksi Salma *Collection* (Studi Pada Konveksi Salma *Collection* Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Eki Swastika, NIM 12402193016, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. Sutopo, M.Pd. 197805092008011012.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena semakin ketatnya persaingan dunia usaha, akibat dari banyak usaha yang berdiri terutama pada usaha bidang konveksi. Untuk itu usaha-usaha konveksi harus memiliki strategi unggul agar dapat mempertahankan kelangsungan usaha. Salah satu strategi yang dibentuk yaitu strategi membangun loyalitas pelanggan dengan menciptakan kualitas produk dan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam keberlangsungan usaha, dimana pelanggan akan sulit direbut oleh pesaing lain ketika loyalitas pelanggan terbentuk. Salah satunya yaitu pada Konveksi Salma *Collection* yang memiliki strategi sendiri membangun loyalitas pelanggan dalam menghadapi persaingan usaha.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Mendeskripsikan strategi membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Konveksi Salma *Collection* Boyolangu Tulungagung. (2) Mendeskripsikan kendala yang dihadapi dalam membangun loyalitas pelanggan pada Konveksi Salma *Collection* Boyolangu Tulungagung. (3) Mendeskripsikan solusi dalam mengatasi kendala membangun loyalitas pelanggan pada Konveksi Salma *Collection* Boyolangu Tulungagung. (4) Mendeskripsikan bagaimana loyalitas pelanggan terhadap Konveksi Salma *Collection* Boyolangu Tulungagung.

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi (berupa sumber, teknik dan waktu), meningkatkan ketekunan dan menggunakan bahan referensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi Konveksi Salma *Collection* dalam membangun loyalitas pelanggan yaitu dengan memperkuat fondasi dalam menciptakan produk dan layanan berkualitas, mengadakan hubungan personal yang baik dengan pelanggan dengan memberikan beberapa program kemudahan pembelian. (2) Kendala Konveksi Salma *Collection* dalam membangun loyalitas pelanggan terdapat 2 faktor yaitu internal dan eksternal. (3) Konveksi Salma *Collection* memiliki solusi dengan cara menjadi *Relationship* jangka panjang dengan pelanggan. (4) Strategi membangun loyalitas pelanggan pada usaha Konveksi Salma *Collection* Boyolangu Tulungagung menunjukkan keberhasilan. Dibuktikan dengan pelanggan yang selalu merasa puas dengan produk dan pelayanan yang diterima. Pelanggan menunjukkan perilaku kelayakan dengan disertai kepercayaan dan kesetiaan pada Konveksi Salma *Collection*.

Kata Kunci: Strategi, Loyalitas, Pelanggan

ABSTRACT

Thesis entitled "Strategy to Build Customer Loyalty Through Customer Satisfaction at Salma Collection Convection (Study on Salma Collection Convection, Boyolangu District, Tulungagung Regency)" was written by Eki Swastika, NIM 12402193016, Faculty of Islamic Economics and Business, Islamic Economics Study Program, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor Dr. Sutopo, M.Pd. 197805092008011012.

This research is motivated by the phenomenon of increasingly intense competition in the business world, as a result of many businesses being established, especially in the convection sector. For this reason, convection businesses must have a superior strategy in order to maintain business continuity. One of the strategies formed is the strategy of building customer loyalty by creating quality products and satisfying services for customers. Customer loyalty has an important role in business continuity, where customers will find it difficult to be won by other competitors when customer loyalty is formed. One of them is Salma Collection Convection which has its own strategy to build customer loyalty in facing business competition.

The aims of this research are (1) to describe a strategy to build customer loyalty through customer satisfaction at Salma Collection Convection Boyolangu Tulungagung. (2) Describe the obstacles encountered in building customer loyalty at Salma Collection Convection Boyolangu Tulungagung. (3) Describe solutions in overcoming obstacles to building customer loyalty at Salma Collection Convection Boyolangu Tulungagung. (4) Describe how customer loyalty is to the Convection Salma Collection Boyolangu Tulungagung.

This research method uses descriptive qualitative research. Data collection techniques were carried out by interviews, observation and documentation. The data analysis technique used in this study is data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Checking the validity of the data using triangulation (in the form of sources, techniques and time), increasing persistence and using reference materials.

The results showed that: (1) Salma Collection Convection's strategy in building customer loyalty is by strengthening the foundation in creating quality products and services, establishing good personal relationships with customers by providing several purchasing convenience programs. (2) Salma Collection Convection Constraints in building customer loyalty there are 2 factors, namely internal and external. (3) Salma Collection Convection has a solution by becoming a long-term relationship with customers. (4) The strategy of building customer loyalty in the Salma Collection Boyolangu Tulungagung Convection business shows success. Evidenced by customers who are always satisfied with the products and services received. Customers show loyal behavior accompanied by trust and loyalty to the Salma Collection Convection.

Keywords: *Strategy, Loyalty, Customers*