

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ANALISIS MANAJEMEN CUSTOMER BOANDING PADA KONVEKSI YANTI DI KECAMATAN KAUMAN KABUPATEN TULUNGAGUNG” ini ditulis oleh Osyama Raid Alauddin, NIM 12405193138, Pembimbing Dr. Sutopo, M.Pd.I

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen *customer bonding* untuk meningkatkan sehingga dapat meningkatkan penjualan, serta dampak dan solusi dari penerapannya.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana manajemen *customer bonding* di Konveksi Yanti Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung? (2) Apa saja faktor pendorong dan penghambat dalam pelaksanaan manajemen *customer bonding* di Konveksi Yanti Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Proses pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara, dokumentasi, observasi. Teknis analisis data dalam penelitian ini adalah dengan kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian terhadap penerapan strategi *customer bonding* terhadap Konveksi Yanti adalah pentingnya *customer bonding* terletak pada fakta bahwa pelanggan yang terikat secara emosional dengan perusahaan cenderung lebih setia, memilih kembali untuk bertransaksi dengan perusahaan tersebut, memberikan rekomendasi positif, dan bahkan menjadi duta merek yang efektif. Dengan membangun *customer bonding* yang kuat, perusahaan dapat memperoleh keuntungan kompetitif dengan mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru melalui referensi dan pengaruh positif dari pelanggan yang puas. Dalam *essence*, *customer bonding* melibatkan upaya dan strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan ikatan yang erat dan berkelanjutan dengan pelanggan, dengan tujuan meningkatkan loyalitas, retensi pelanggan, dan mendapatkan dukungan jangka panjang dari pelanggan dalam bentuk pembelian berulang, rekomendasi, dan pengaruh positif terhadap citra dan reputasi perusahaan. Pelanggan ini tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga aktif mempromosikan merek kepada orang lain melalui pengaruh pribadi, rekomendasi langsung, atau dukungan di media sosial dan platform online lainnya. *Customer bonding* melibatkan pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan, mendengarkan kebutuhan mereka, memberikan pengalaman pelanggan yang luar biasa, dan memberikan produk atau layanan yang bernilai tinggi. Perusahaan juga dapat menggunakan program insentif, program loyalitas, atau peluang partisipasi untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Kata Kunci : Strategi *customer bonding*, loyalitas, konveksi

ABSTRACT

The thesis entitled " ANALYSIS OF CUSTOMER BOANDING MANAGEMENT IN YANTI CONVECTION IN KAUMAN DISTRICT, TULUNGAGUNG REGENCY " was written by Osyama Raid Alauddin, NIM 12405193138, Supervisor Dr. Sutopo, M.Pd.I

This research aims to analyze customer bonding management strategies to improve sales, as well as the impact and solutions of its implementation.

The focus of this research is (1) How is customer bonding managed at Konveksi Yanti, Kauman District, Tulungagung Regency? (2) What are the driving and inhibiting factors in implementing customer bonding management at Konveksi Yanti, Kauman District, Tulungagung Regency?

This research uses a qualitative descriptive approach. The data collection process is conducted through interviews, documentation, and observation. The data analysis technique includes data condensation, data presentation, and conclusion drawing.

The results of research on the application of customer bonding branding for Yanti Convection are that the importance of customer bonding lies in the fact that customers who are emotionally attached to a company tend to be more loyal, prefer to transact with the company, provide positive recommendations, and even become ambassadors. effective brand. By building strong customer bonds, companies can gain a competitive advantage by retaining existing customers and attracting new customers through referrals and the positive influence of satisfied customers. In essence, customer bonding involves efforts and strategies made by companies to create close and sustainable bonds with customers, with the aim of increasing loyalty, customer retention, and obtaining long-term support from customers in the form of repeated purchases, recommendations, and positive influence on image. and company reputation. The goal of customer bonding is to create a loyal and engaged group of customers who become effective brand ambassadors. These customers not only make repeat purchases, but also actively promote the brand to others through personal influence, direct recommendations or support on social media and other online platforms. Customer bonding involves developing long-term relationships with customers, listening to their needs, providing great customer experiences, and providing products or services of great value. Companies can also use incentive programs, loyalty programs or participation opportunities to strengthen relationships with customers and encourage them to become brand advocates.

Keywords: Customer Bonding, loyalty, Convection