

## **ABSTRAK**

Agustina, Riska Dewi. 12405193219. Strategi Pelayanan Guna Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di Toko Peralatan Rumah Tangga Manfaat Di Desa Gandusari Kabupaten Blitar. 2023. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan usahanya. Dalam rangka memenangkan persaingan bisnis, mempertahankan pasar yang dimiliki dan merebut pasar yang sudah ada, maka suatu bisnis dituntut untuk mempunyai kemampuan mengadaptasi strategi usahanya dan lingkungan yang terus-menerus berubah.

Fokus penelitiannya yaitu Bagaimana strategi pelayanan yang diterapkan oleh Toko Peralatan Rumah Tangga Manfaat?. Bagaimana efektivitas strategi pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan pada Toko Peralatan Rumah Tangga Manfaat?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pelayanan yang diterapkan toko Peralatan Rumah Tangga Manfaat. Serta efektivitas strategi pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data berasal dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan yang di terapkan toko meliputi indikator 1.) bukti fisik, berupa persediaan barang yang lengkap. 2.) keandalan, berupa memberikan pelayanan yang akurat dan memuaskan. 3.) daya tanggap, berupa membantu pelanggan saat kesulitan mencari barang. 4.) jaminan, berupa mengganti barang apabila terjadi kerusakan akibat kelalaian toko. 5.) empati, berupa merespon keluhan pelanggan dengan baik. 6.) Imbalan, berupa pemberian bingkisan kepada pelanggan loyal. Terdapat tiga indikator loyalitas pelanggan untuk mengukur efektifitas strategi pelayanan yang digunakan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu 1.) kesetiaan dalam pembelian produk, yang dilakukan pelanggan loyal karena produk lengkap, terdapat potongan harga dan imbalan. 2.) ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan, yang terjadi karena pelanggan loyal percaya penuh pada toko. 3.) mereferensikan secara total eksistensi perusahaan, yang muncul karena toko menjaga hubungan baik dengan pelanggan

**Kata Kunci : Strategi, Loyalitas**

## **ABSTRACT**

*Agustina, Riska Dewi. 12405193219. Service Strategy to Maintain Customer Loyalty at the "Benefits" Household Appliances Store in Gandusari Village, Blitar Regency. 2023. Thesis. Faculty of Islamic Economics and Business. Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung. Supervisor Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.*

*The rapidly growing business world is a challenge and threat for business actors to be able to win the competition and maintain the continuity of their business. In order to win business competition, maintain existing markets and capture existing markets, a business is required to have the ability to adapt its business strategy and the constantly changing environment.*

*The focus of the research is: What is the service strategy implemented by the Benefit Household Appliances Store? How effective is the service strategy to maintain customer loyalty at the Benefit Household Appliances Store? This research aims to determine the service strategy implemented by the Benefit Household Appliances store. As well as the effectiveness of service strategies to maintain customer loyalty. This research approach uses a qualitative approach. Data sources come from primary data and secondary data. Data collection was carried out by conducting interviews.*

*Based on the research results, it shows that the service strategy implemented by the Benefit Household Appliances Store includes indicators 1.) physical evidence, in the form of a complete inventory of goods. 2.) reliability, in the form of providing accurate and satisfactory service. 3.) responsiveness, in the form of helping customers when they have difficulty finding goods. 4.) guarantee, in the form of replacing goods if damage occurs due to shop negligence. 5.) empathy, in the form of establishing communication and responding well to customer complaints. 6). Rewards, in the form of giving gifts to loyal customers. This strategy is effectively used to maintain customer loyalty. There are three indicators of customer loyalty to measure the effectiveness of the service strategy used to maintain customer loyalty, namely 1.) Loyalty in purchasing products, which loyal customers make because the product is complete, there are discounts and rewards. 2.) resistance to negative influences regarding the company, which occurs because loyal customers have full trust in the store. 3.) refers to the total existence of the company, which arises because the shop maintains good relations with customers.*

**Keywords : Strategy, Loyalty**

## خلاصة

أوجستينا، ريسكا ديوي. ١٢٤٠٥١٩٣٢١٩. استراتيجية الخدمة للحفاظ على ولاء العملاء في متجر Benefit للأجهزة المنزلية في قرية جاندوساري، مقاطعة بليتار. ٢٠٢٣. أطروحة. كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية. جامعة السيد علي رحمة الله الإسلامية الحكومية تولونج أجونج. المشرف د. رفقي روسيادي، دكتور في الطب.

يمثل عالم الأعمال سريع النمو تحديًا وتهديدًا للجهات الفاعلة في مجال الأعمال حتى تتمكن من الفوز بالمنافسة والحفاظ على استمرارية أعمالها. من أجل الفوز بالمنافسة التجارية والحفاظ على الأسواق الحالية والاستيلاء على الأسواق الحالية، يتعين على الشركة أن تكون لديها القدرة على تكيف استراتيجية أعمالها والبيئة المتغيرة باستمرار.

محور البحث هو: ما هي استراتيجية الخدمة التي ينفذها متجر بنفت للأجهزة المنزلية؟ ما مدى فعالية استراتيجية الخدمة في الحفاظ على ولاء العملاء في متجر بنفت للأجهزة المنزلية؟ يهدف هذا البحث إلى تحديد استراتيجية الخدمة التي ينفذها متجر بنفت للأجهزة المنزلية. وكذلك فاعلية استراتيجيات الخدمة في الحفاظ على ولاء العملاء. يستخدم هذا النهج البحثي نهجًا نوعيًا. تأتي مصادر البيانات من البيانات الأولية والبيانات الثانوية. تم جمع البيانات عن طريق إجراء المقابلات.

وبناء على نتائج البحث تبين أن استراتيجية الخدمة التي ينفذها المتجر تتضمن مؤشرات (١). الأدلة المادية، على شكل جرد كامل للسلع. (٢).

الموثوقية، في شكل تقديم خدمة دقيقة ومرضية. ٣. الاستجابة، في شكل مساعدة العملاء عندما يواجهون صعوبة في العثور على البضائع. ٤. الضمان على شكل استبدال البضاعة في حالة حدوث تلف بسبب إهمال المحل. ٥. التعاطف، في شكل الاستجابة الجيدة لشكاوى العملاء. ٦. المكافآت، على شكل تقديم هدايا للعملاء الأوفياء. هناك ثلاثة مؤشرات لولاء العملاء لقياس مدى فعالية استراتيجية الخدمة المستخدمة للحفاظ على ولاء العملاء، وهي ١. الولاء في شراء المنتجات، وهو ما يقوم به العملاء المخلصون لأن المنتج مكتمل، وهناك خصومات ومكافآت. ٢. مقاومة المؤثرات السلبية على الشركة، وذلك بسبب ثقة العملاء المخلصين بالمتجر. ٣. يشير إلى الوجود الإجمالي للشركة، والذي ينشأ بسبب حفاظ المتجر على علاقات جيدة مع العملاء

الكلمات المفتاحية: الإستراتيجية، الولاء