

## ABSTRAK

Skripsi dengan Judul “Strategi Pemasaran Olahan Susu Sapi KSD Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen” ini ditulis oleh Khoridatun Nafi’ah, NIM 126405201089, pembimbing Syamsul Umam, S.H.I.,M.H.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Kampung Susu Dynasty untuk menciptakan loyalitas konsumen. Usaha olahan susu sapi KSD di Desa Sidem Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung dalam menciptakan loyalitas konsumen dengan melakukan strategi pemasaran yang meliputi strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi tempat, serta kendala dan solusi dari adanya strategi pemasaran tersebut.

Fokus Penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha olahan susu sapi KSD dalam menciptakan loyalitas konsumen di Kampung Susu Dynasty Tulungagung? 2) Bagaimana kendala dan solusi terkait strategi pemasaran dalam menciptakan loyalitas konsumen di Kampung Susu Dynasty Tulungagung?

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan kepada pemilik usaha olahan susu sapi KSD, karyawan serta salah satu konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha olahan susu sapi KSD cukup baik yang terdiri dari a) produk dibuat mengikuti trend pasar dan pengerjaan produk yang cepat, b) harga, pemilik sudah menetapkan harga yang sesuai dengan pasaran, c) promosi, promosi yang dilakukan oleh usaha ini secara langsung dan melalui media sosial, serta d) tempat, pemilik sengaja menggabungkan tempat produksi dengan dibukanya wisata edukasi dengan tujuan dapat memperkenalkan produk kepada pengunjung wisata. 2) kendala yang dihadapi oleh usaha olahan susu sapi KSD ialah daya tahan produk yang mudah basi karena dibuat tanpa bahan pengawet, oleh karena itu pemilik mengatasinya dengan menggunakan wadah styrofoam kotak yang diisi es batu pada saat proses pengiriman dan produk juga harus disimpan kedalam lemari es agar suhunya tetap terjaga, selain kendala tersebut persaingan merupakan hal yang harus diperhatikan, untuk mengatasinya pemilik berusaha melakukan inovasi terhadap produknya agar konsumen merasa puas.

**Kata kunci:** *Strategi Pemasaran, Loyalitas Konsumen, Kampung Susu Dynasty*

## **ABSTRACT**

*Skipsis'' a KSD cow's milk marketing strategy in creating consumer loyalty'it was written by Khoridatun Nafi'ah, Nim 126405201089 Syamsul Umam tutor, S.H.I.,M.H.*

*This research aims to determine the marketing strategies used by the susu Dynasty village to create consumer loyalty. KSD's milk processing efforts in village Sidem district Gondang Tulunagagung in creating consumer loyalty by performing a marketing strategy that includes product strategies, a promotions strategy, price strategy, and a place strategy, and the obsracles and solutions of the marketing strategies.*

*The research focus1) how is it that marketing strategies made by the KSD cow's milk-care efforts to create consumer loyalty in the Tulungagung homeland of milk? 2) how are the barriers and solutions related to the marketing strategy in creating consumer loyalty in Tulunagagung milk village?*

*The research approach used is qualitative, with data collection through observasi, interviews and documentations done to the owners of the KSD cow's milk processing business, employees and one of the data consumers used in the study are the primary data.*

*The research shows that 1) the marketing strategy made by the milk produced by KSD is quite good asa) products are made to follow market trends and work on fast products, b) the price, the owners have set the market prices, c) promotions, promotions made by these businesses directly and through social media, and d) places, the owners are intentionally integrating the production area with the opening of educational visitations in order to introduce products to visitors 2) the problem with the processed milk of the KSD cow is that the resilient products are made without preservatives, so the owner would overcome them by using a hard- filled sterof foam container in delivery and product should also be stored into the refrigerator in order to keep the suhu safe, in addition to the problem of competition, tackling the owner is seeking in innovate his products in order to make the consumer feel satisfied.*

**Keyword: Strategy Marketing, Consumer Loyalty,Dinasty Dairy Village**