

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi UD. Sehati Kecap Cap Koki Dollar Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Perpektif Ekonomi Islam Di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Ratih Wahyu Tri Bekti, NIM. 126402203221, Jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan pembimbing Dr. Mochamad Chobir Sirad, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh maraknya bisnis kecap di kabupaten tulungagung, banyak bisnis kecap yang masih bertahan, ada juga yang sudah tutup. Loyalitas konsumen memiliki peran penting dalam mempertahankan bisnis. Oleh karena itu suatu usaha harus memiliki strategi untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Penerapan strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan kelancaran dalam berbisnis. UD. Sehati Kecap Cap Koki Dollar mampu bertahan sampai saat ini dengan menerapkan strategi-strategi dalam mempertahankan loyalitas konsumen sesuai dengan prinsip ekonomi islam..

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi yang digunakan dalam mempertahankan loyalitas konsumen pada UD. Sehati Kecap Cap Koki Dollar Perspektif Ekonomi Islam? (2) Bagaimana karakteristik loyalitas konsumen UD. Sehati Kecap Cap Koki Dollar perspektif ekonomi islam?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarik kesimpulan sesuai fokus penelitian, serta pengecekan keabsahan temuan menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa (1) Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Pada UD. Sehati Kecap Cap Koki Dollar Menurut Perspektif Ekonomi Islam menggunakan marketing mix yaitu kualitas Produk, harga, promosi dan tempat yang dijalankan tidak bertentangan dengan nilai-nilai islam dengan selalu bertanggung jawab, jujur, amanah, dan tidak ada unsur penipuan didalamnya. (2) Karakteristik loyalitas konsumen terhadap produk kecap UD. Sehati yaitu melakukan pembelian secara teratur, tidak beralih ke produk lain, dan merekomendasikan produk kepada kerabat, teman atau orang lain.

Kata kunci : Strategi, Loyalitas Konsumen, Ekonomi Islam

ABSTRACT

The thesis entitled "The Strategy of UD. Sehati Kecap Cap Koki Dollar in Maintaining Consumer Loyalty from an Islamic Economic Perspective in Kedungwaru District, Tulungagung Regency" is written by Ratih Wahyu Tri Bkti, NIM. 126402203221, Department of Sharia Economics, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung with supervisor Dr. Mochamad Chobir Sirad, M.Pd.I.

This research is motivated by the rise of the soy sauce business in Tulungagung district, many soy sauce businesses are still surviving, some have closed. Consumer loyalty has an important role in maintaining business. Therefore, a business must have a strategy to maintain consumer loyalty. The implementation of this strategy aims to increase competitiveness and smoothness in doing business. UD. Sehati Kecap Cap Koki Dollar has been able to survive until now by implementing strategies to maintain consumer loyalty in accordance with Islamic economic principles.

The focus of research are (1) How strategies are used to maintain consumer loyalty to UD. Sehati Kecap Cap Koki Dollar from an Islamic Economic Perspective? (2) What are the characteristics of consumer loyalty at UD. Sehati Kecap Cap Koki Dollar from an Islamic Economic Perspective?

The method used in this research is qualitative with a descriptive approach. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. In this research, researchers used data analysis techniques including data condensation, data presentation, and drawing conclusions according to the research focus, as well as checking the validity of the findings using triangulation techniques.

The results of this study show that (1) The strategy for maintaining consumer loyalty at UD. Sehati Kecap Cap Koki Dollar according to an Islamic Economics Perspective uses a marketing mix, namely product quality, price, promotion and place that does not conflict with Islamic values by always being responsible, honest, trustworthy, and there is no element of fraud in it. (2) Characteristics of consumer loyalty towards UD. Sehati soy sauce products, namely making regular purchases, not switching to other products, and recommending the product to relatives, friends or other people

Keywords: Strategy, Consumer Loyalty, Islamic Economics