

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Bengkel Las Karya Agung Desa Bungur Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Muhammad Rinaldo Reynard Syah Putra, NIM. 126405212176, dengan pembimbing/promotor Dr. Chusnul Chotimah, M.Ag

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Kendala, Dampak, Loyalitas Konsumen.

Persaingan bisnis yang semakin ketat di sektor usaha kecil menengah mendorong pelaku usaha untuk merancang strategi pemasaran yang efektif dalam mempertahankan eksistensi dan loyalitas konsumen. Bengkel Las Karya Agung yang berlokasi di Desa Bungur, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu usaha lokal yang telah berjalan sejak tahun 2000 dan memiliki tantangan dalam menjaga kepuasan serta loyalitas pelanggannya di tengah kompetisi usaha serupa. Pelayanan, kualitas produk, dan strategi pemasaran menjadi faktor penting yang memengaruhi keberlanjutan usaha ini.

Penelitian ini berfokus pada analisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bengkel Las Karya Agung dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk strategi pemasaran yang digunakan, mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya, serta menganalisis dampak dari strategi tersebut terhadap loyalitas konsumen. Strategi pemasaran yang menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran 7P yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan layanan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik, karyawan, serta pelanggan, dan dokumentasi di lapangan. Lokasi penelitian dilakukan di Bengkel Las Karya Agung. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data diperoleh melalui triangulasi teknik dan peningkatan ketekunan dalam pengamatan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Bengkel Las Karya Agung terbukti efektif dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Implementasi bauran pemasaran 7P dilakukan secara konsisten, dengan penekanan pada kualitas produk, pelayanan yang ramah, serta penetapan harga yang kompetitif. Meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan promosi digital dan keluhan pelanggan, bengkel ini mampu menanganinya dengan respons cepat dan solusi berbasis pelayanan. Strategi tersebut berdampak positif terhadap peningkatan

ABSTRACT

The thesis with the title "Marketing Strategies in Maintaining Consumer Loyalty (Case Study of Karya Agung Welding Workshop in Bungur Village, Karangrejo District, Tulungagung Regency)" was written by Muhammad Rinaldo Reynard Syah Putra, NIM. 126405212176, with supervisor/promoter Dr. Chusnul Chotimah, M.Ag

Keywords: Marketing Strategy, Obstacles, Impact, Consumer Loyalty.

The increasingly fierce business competition in the small and medium business sector encourages business actors to design effective marketing strategies in maintaining the existence and loyalty of consumers. The Karya Agung Welding Workshop located in Bungur Village, Karangrejo District, Tulungagung Regency is one of the local businesses that has been running since 2000 and has challenges in maintaining customer satisfaction and loyalty in the midst of similar business competition. Service, product quality, and marketing strategies are important factors that affect the sustainability of this business.

This research focuses on the analysis of marketing strategies applied by the Karya Agung Welding Workshop in maintaining consumer loyalty. The purpose of this study is to find out the form of marketing strategy used, identify the obstacles faced in its implementation, and analyze the impact of the strategy on consumer loyalty. The marketing strategy that is of concern in this study is the 7P marketing mix which includes products, prices, venues, promotions, people, processes, and customer service.

This study uses a descriptive qualitative approach with a case study method. Data was obtained through direct observation, in-depth interviews with owners, employees, and customers, and on-the-ground documentation. The research location was conducted at the Karya Agung Welding Workshop. The data analysis technique uses the Miles and Huberman model which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawn. The validity of the data was obtained through triangulation of techniques and increased diligence in observation.

The results of the study show that the marketing strategy implemented by the Karya Agung Welding Workshop has proven to be effective in maintaining customer loyalty. The implementation of the 7P marketing mix is carried out consistently, with an emphasis on product quality, friendly service, and competitive pricing. Despite the obstacles such as limitations of digital promotion and customer complaints, the workshop was able to handle them with quick response and service-based solutions. The strategy has a positive impact on the increase