

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “*Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Mempertahankan Loyalitas dan Kepuasan Konsumen pada Syarikat Penjualan Ayam Potong dan Ayam Kedu Pak Thoha Desa Jeli Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung*” ditulis oleh Muhammad Afiq Amirudin Nasrulloh, NIM 126405213205, dengan dibimbing oleh Siti Sunaidah, S.H.I., S.Pd., M.M.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen, Ayam Kedu

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut setiap pelaku usaha mampu menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat untuk mempertahankan konsumen. Hal tersebut juga dialami oleh usaha penjualan ayam potong dan ayam kedu milik Pak Thoha di Desa Jeli, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung. Usaha ini berupaya meningkatkan kepuasan sekaligus loyalitas konsumen melalui penerapan strategi komunikasi pemasaran yang terarah untuk memengaruhi aspek emosional dan personal pelanggan, melalui upaya personalisasi interaksi yang mendalam dan konsisten yang optimal dalam mempertahankan kualitas komunikasi pada pelanggan. Penelitian ini tidak hanya akan memberikan kontribusi signifikan dalam bentuk panduan operasional bagi Syarikat Penjualan Ayam Potong dan Ayam Kedu Pak Thoha, tetapi juga memperkaya pemahaman teoritis mengenai faktor-faktor yang mendorong loyalitas konsumen dalam bisnis berbasis komunitas.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Syarikat Ayam Potong dan Ayam Kedu Pak Thoha, (2) menganalisis peran strategi komunikasi pemasaran terhadap loyalitas konsumen, serta (3) mengetahui peran strategi komunikasi pemasaran terhadap kepuasan konsumen.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha dan konsumen, sedangkan data sekunder berupa profil usaha dan dokumentasi pendukung. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi metode dan sumber, sedangkan analisis data dilakukan dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Pak Thoha meliputi promosi penjualan, iklan, pemasaran

langsung, hubungan masyarakat, dan penjualan pribadi. Strategi tersebut mampu membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan, meningkatkan kepuasan, dan menumbuhkan loyalitas konsumen. Namun, masih terdapat tantangan berupa persaingan usaha yang ketat dan keterbatasan inovasi promosi, sehingga perlu ditingkatkan melalui pemanfaatan media digital serta pengembangan kualitas layanan.

ABSTRACT

The thesis with the title *"Analysis of Marketing Communication Strategies to Maintain Consumer Loyalty and Satisfaction at the Pak Thoha Chicken and Kedu Chicken Sales Company in Jeli Village, Karangrejo District, Tulungagung Regency"* was written by Muhammad Afiq Amirudin Nasrulloh, NIM 126405213205, with guidance from Siti Sunaidah, S.H.I., S.Pd., M.M.

Keywords : Marketing Communication Strategy, Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction, Ayam Kedu,

Increasingly fierce business competition requires every business actor to be able to implement the right marketing communication strategy to retain consumers. This was also experienced by Pak Thoha's business of selling cut chicken and kedu chicken in Jeli Village, Karangrejo District, Tulungagung Regency. This business seeks to increase customer satisfaction and loyalty through the implementation of targeted marketing communication strategies to influence the emotional and personal aspects of customers, through efforts to personalize in-depth and consistent interactions that are optimal in maintaining the quality of communication with customers. This research will not only provide a significant contribution in the form of operational guidance for Broiler Chicken and Kedu Chicken Sales Pak Thoha Company, but also enrich theoretical understanding of the factors that drive consumer loyalty in community-based businesses.

This study aims to: (1) find out the marketing communication strategies implemented by Syarikat Ayam Potong dan Ayam Kedu Pak Thoha, (2) analyze the role of marketing communication strategies on consumer loyalty, and (3) find out the role of marketing communication strategies on consumer satisfaction.

The method used is a qualitative approach with the type of case study research. Primary data is obtained through interviews with business owners and consumers, while secondary data is in the form of business profiles and supporting documentation. Data collection techniques are carried out by observation, interviews, and documentation. The validity of the data was tested through triangulation of methods and sources, while data analysis was carried out in the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawn.

The results of the study show that the marketing communication strategies implemented by Pak Thoha include sales promotion, advertising,

direct marketing, public relations, and personal sales. These strategies are able to build good communication with customers, increase satisfaction, and foster consumer loyalty. However, there are still challenges in the form of fierce business competition and limited promotional innovations, so it needs to be improved through the use of digital media and service quality development.