

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Pola Perilaku Konsumen Perspektif Syariah pada UMKM Vebcake Tulungagung” ini ditulis oleh Sabrina Faqihah Ramadhani, NIM. 1860402221016, dengan pembimbing Dr. Muniri, M.Pd.

Kata Kunci: Strategi, Loyalitas Pelanggan, Perilaku Konsumen, Omzet Penjualan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya jumlah UMKM yang menyebabkan persaingan usaha semakin ketat. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha tidak hanya berfokus pada penjualan produk tetapi juga memahami kebutuhan dan preferensi konsumen yang semakin beragam agar tercipta kepuasan yang dapat mendorong loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor penting bagi keberlangsungan usaha dimana dapat berkontribusi terhadap peningkatan omzet penjualan.

Tujuan dari penelitian ini meliputi: (1) untuk menganalisis strategi meningkatkan loyalitas pelanggan ditinjau dari pola perilaku konsumen perspektif syariah pada UMKM Vebcake Tulungagung, (2) untuk menganalisis peran loyalitas pelanggan dalam meningkatkan omzet penjualan pada UMKM Vebcake Tulungagung, (3) untuk menganalisis tantangan yang dihadapi UMKM Vebcake Tulungagung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan untuk peningkatan omzet penjualan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sementara analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Strategi yang dilakukan Vebcake dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu dengan memberikan informasi yang jelas dan jujur, pelayanan yang ramah, menjaga komunikasi dengan pelanggan, meminta testimoni serta membuka saran dan kritik sebagai bahan evaluasi, memberikan promo maupun potongan harga, dan memberikan bonus produk. (2) Loyalitas pelanggan pada Vebcake terbukti berperan dalam meningkatkan omzet penjualan melalui pembelian ulang, kesediaan pelanggan bertahan dengan Vebcake, dan merekomendasi Vebcake kepada orang lain. (3) Tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan omzet penjualan antara lain pada aspek produk, promosi, proses, dan bukti fisik.

ABSTRACT

This thesis entitled "Strategies for Increasing Customer Loyalty from the Perspective of Sharia Consumer Behavior Patterns at UMKM Veecake Tulungagung" was written by Sabrina Faqihah Ramadhani, NIM. 1860402221016, supervised by Dr. Muniri, M.Pd.

Keywords: Strategy, Customer Loyalty, Consumer Behavior, Sales Revenue

This research was motivated by the increasing number of MSMEs which has led to fiercer business competition. This condition requires business actors to not only focus on product sales but also understand the increasingly diverse needs and preferences of consumers in order to create satisfaction that can encourage customer loyalty. Customer loyalty is one of the important factors for business continuity which can contribute to an increase in sales revenue.

The objectives of this study include: (1) to analyze strategies for increasing customer loyalty in terms of consumer behavior patterns from a sharia perspective at Veecake Tulungagung MSMEs, (2) to analyze the role of customer loyalty in increasing sales revenue at Veecake Tulungagung MSMEs, (3) to analyze the challenges faced by Veecake Tulungagung MSMEs in increasing customer loyalty to increase sales revenue.

This study uses a qualitative approach with field research. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation. Meanwhile, data analysis used the Miles and Huberman model namely data reduction, data presentation, and conclusions.

The results of this study indicate that: (1) Veecake's strategy to increase customer loyalty is to provide clear and honest information, friendly service, maintain communication with customers, ask for testimonials and open suggestion and criticism for evaluation, offer promo and discounts, and provide product bonuses. (2) Customer loyalty to Veecake has been proven to play a role in increasing sales revenue through repeat purchases, customer willingness to remain loyal to Veecake, and recommending Veecake to others. (3) The challenges faced in increasing customer loyalty to boost sales revenue include aspects related to products, promotions, processes, and physical evidence.

المخلص

الرسالة العلمية بعنوان: «استراتيجية تعزيز ولاء العملاء في ضوء أنماط سلوك المستهلك من منظور الشريعة الإسلامية لدى المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة فيب كيك تولونغونغ»، كتبها سابرينا فقيهة رضاني، رقم القيد: ١٨٦٠٤٠٢٢٢١٠١٦، تحت إشراف الدكتور مونيري، الماجستير.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجية، ولاء العملاء، سلوك المستهلك، حجم المبيعات.

خلفية هذا البحث تتمثل في تزايد عدد المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، مما أدى إلى اشتداد المنافسة التجارية. وقد فرض هذا الوضع على أصحاب الأعمال ألا يقتصر اهتمامهم على بيع المنتجات فحسب، بل أن يسعوا أيضاً إلى فهم احتياجات المستهلكين وتفضيلاتهم المتنوعة من أجل تحقيق رضاهم، بما يسهم في تعزيز ولاء العملاء. ويُعد ولاء العملاء أحد العوامل المهمة لاستمرار النشاط التجاري، إذ يمكن أن يسهم في زيادة حجم المبيعات.

وتهدف هذه الدراسة إلى: (١) تحليل استراتيجية تعزيز ولاء العملاء في ضوء أنماط سلوك المستهلك من منظور الشريعة الإسلامية لدى مشروع فيب كيك في تولونغونغ، (٢) تحليل دور ولاء العملاء في زيادة حجم المبيعات لدى مشروع فيب كيك في تولونغونغ، (٣) تحليل التحديات التي يواجهها مشروع فيب كيك في تعزيز ولاء العملاء بهدف زيادة حجم المبيعات.

استخدمت هذه الدراسة المنهج الكيفي بنوع البحث الميداني. وتم جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق، في حين تم تحليل البيانات باستخدام نموذج مايلز وهوبرمان، والذي يشمل: تقليص البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج.

وأظهرت نتائج الدراسة أن: (١) الاستراتيجيات التي اتبعتها مشروع فيب كيك في تعزيز ولاء العملاء تمثلت في تقديم معلومات واضحة وصادقة، وتقديم خدمة ودية، والمحافظة على التواصل مع العملاء، وطلب آرائهم وشهاداتهم مع فتح المجال للاقتراحات والانتقادات باعتبارها مادة للتقييم، إضافة إلى تقديم العروض والتخفيضات ومنح المنتجات المجانية. (٢) ثبت أن ولاء العملاء لدى فيب كيك يسهم في زيادة حجم المبيعات من خلال تكرار الشراء، واستمرار العملاء في التعامل مع فيب كيك، وتوصيتهم الآخرين بالتعامل معه. (٣) أما التحديات التي تواجه المشروع في تعزيز ولاء العملاء من أجل زيادة حجم المبيعات فتتمثل في جوانب المنتج، والترويج، والعملية، والدليل المادي.