

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin.2015. *Manajemen Pemasaran*. (Depok: PT. Rajagrafindo Persada)
- Abdurrahman, Nana Herdiana.2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. (Bandung: CV PUSTAKA SETIA)
- Aditya, Dadang Azwar. *Analisis Implementasi Strategi Marketing Mix pada manajemen Pemasaran Supermarket TIP TOP dari Perspektif Etika Bsinis islam*, (Semarang: Skripsi Tidak diterbitkan, 2011)
- Afiansyah, Arba'in Ridho.2015. *Pelaksanaan khotibPT. Pelabuhan Indonesia III (Persero)*, (Surakarta: Jurnal tidak diterbitkan)
- Aji, Noviyanto, *Marmer Tulungagung Mendunia Tapi Juga Mencekam*, (*Tulungagung: Nusantara News Tulungagung*, 2017), dalam <https://nusantara.news/marmer-tulungagung-mendunia-tapi-juga-mencekam/> diakses pada tanggal 12 Februari 2018
- Alma, Buchari.2010. *Pengantar Bisnis*. (Bandung: ALFABETA)
- Arief, Ahmad Rifa'i. "*Analisis Strategi Pemasaran Online Pada Brand Komersial Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Brand Victoria's Secret Pink)*" dari <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/28090/1/AHMAD%20RIFA%20ARIEF-FSH.pdf> diakses pada tanggal 3 Februari 2018
- Assauri, Sofjan.2015. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, Strategi)*. (Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA)

- Aziz, Akmal. *Pemasaran Dalam Perspektif Islam* dalam <http://akmalaziz.wordpress.com/2014/01/09/pemasaran-dalam-perspektif-islam/> di akses pada tanggal 10 Februari 2018
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. (Yogyakarta: Ombak)
- Departemen Perindustrian dan Perdagangan, *Perindustrian*, (UU No. 5 Tahun 1984)
- Djamaluddin, Irum. *Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan* dalam <http://untan.ac.id/iroem-djamaluddin-okianaa-strategi-pemasaran.pdf> di akses pada tanggal 5 Januari 2018
- Ervina, Nia. “*Strategi Pemasaran dan Loyalitas Konsumen Petersaydenim (Studi Korelasional Strategi Komunikasi Pemasaran Petersaysdenim dengan Loyalitas Konsumen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara)*” dalam <https://jurnal.usu.ac.id/flow/article/viewFile/13812/6165> diakses pada tanggal 3 Februari 2018
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara)
- Hamidi. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang)
- http://id.m.wikipedia.org/wiki/Manajemen_pemasaran di akses pada tanggal 6 Desember 2017

<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/konsep-strategi-definisi-perumusan.html>

(diakses pada tanggal 10 Maret 2017)

Jurnal Strategi Loyalitas Konsumen dalam <http://unej.ac.id/123456/98260/Aji-Firmansyah-bab2.pdf> diakses pada tanggal 10 Januari 2018

Kasmir.2006. *Kewirausahaan*. (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA)

Khotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2007. *Manajemen Pemasaran Terjemahan Edisi 2*. (Indonesia: PT. Indeks)

Khuruni, Nina. *Makalah Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan di Hotel Padjadjaran Tasikmalaya* dalam <http://edudetik.blogspot.co.id/2014/04/makalah-bauran-pemasaran-terhadap.html?m=1> diakses pada tanggal 16 Januari 2018

Loyalitas Konsumen dari <http://diana.wordpress.co.id/loyalitas-konsumen/875201/html=1> di akses pada tanggal 3 Februari 2018

Moleong, Lexy J.2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya)

R. David Fred.2010. *Manajemen Strategi Konsep*. (Jakarta: Salemba Empat)

Reynaldi, Gede Hadi. “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Merek Honda di Kota Denpasar*” (E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6 No. 1, 2017:375-401) dari <http://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/27035/17364> diakses pada tanggal 3 Februari 2018

Saleh, Sania. “*Strategi Perusahaan dalam Meningkatkan Kinerja dan Loyalitas Pelanggan pada AJB Bumi Putera 1912 Divisi Syari’ah*” dari

<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/2016-05/20404584-MK-Saniya.pdf> di akses pada tanggal 3 Februari 2018

Sarosa, Samiaji.2012. *Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar*. (Jakarta Barat: PT INDEKS)

Silviana, Widya. *Penerapan strategi pemasaran marketing mix (studi kasus pada PT Batik Danar Hadi)* di akses pada tanggal 14 November 2017 dari <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/30030/WIDYA%20SILVIANA%20TEKNIKA.pdf>

Situmorang, Rimma Roslika. “*Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Hotel Dyan Graha Pekanbaru)*”. 2017. Dari <http://jom.unri.ac.id/index.php/SOMFSIP/article/viewfile/15149/14696> di akses pada tanggal 4 Februari 2017

Suwarman, Ujang dkk.2009. *Pemasaran Strategik(strategi untuk pertumbuhan perusahaan dalam penciptaan nilai bagi pemegang saham)*. (Jakarta: Inti Prima Promosindo)

Tanzeh, Ahmad. 2006. *Dasar-dasar Penelitian*, (Surabaya: Elkaf)

Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. (Yogyakarta: Teras)

Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran Edisi Pertama*. (Yogyakarta: Teras)

Lampiran 6

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tutut Wijayanti

NIM : 1742143287

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul “Implementasi Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung)” adalah benar-benar disusun dan ditulis oleh yang bersangkutan diatas dan bukan pengambil alihan dari tulisan/karya orang lain.

Apabila dikemudian hari skripsi yang saya susun ini terbukti dari pengambil alihan tulisan/karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya tersebut.

Tulungagung, Mei 2018

Yang membuat pernyataan

TUTUT WIJAYANTI

NIM. 1742143287

Lampiran 9

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Tutut Wijayanti
Tempat/Tanggal Lahir : Tulungagung, 26 Agustus 1995
Alamat : RT 01 RW 02 Dsn. Sumberjo Ds. Pelem Kec.
Campurdarat Kab. Tulungagung
No. hp/Telp : 08563569665
E-mail : tutitwijayantisa@gmail.com
Nama Ayah : Jainal
Nama Ibu : Yatimah

B. Riwayat Pendidikan

SD/MI : SDN 3 PELEM (Lulus Tahun 2008)
SMP/MTs : SMPN 1 CAMPURDARAT (Lulus Tahun 2011)
SMA/MA : MAN 2 TULUNGAGUNG (Lulus Tahun 2014)

C. Pengalaman Organisasi

1. PRAMUKA
2. PMR
3. IPNU IPPNU

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

- Peneliti : Strategi apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas konsumen?
- Narasumber : Strategi yang diterapkan perusahaan dalam meningkatkan loyalitas konsumen, yaitu menjaga kualitas produk, tepat waktu dalam proses pembuatan sampai dengan pengiriman, mengembangkan produk-produk, memberikan harga lebih murah dibandingkan dengan harga pesaing. Hal ini dikarenakan PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung mempunyai tempat galian bahan baku sendiri sehingga dapat meningkatkan kualitas dengan harga murah. Tempat bahan tambang galian bahan baku harus memiliki surat izin tambang. Serta melayani konsumen dengan sebaik mungkin serta bersikap terbuka terhadap para konsumen
- Peneliti : Bagaimana sistem pemasaran yang dilakukan perusahaan guna meningkatkan loyalitas konsumen?
- Narasumber : Mengenai sistem pemasaran disini, kami memperbolehkan konsumen datang langsung ke perusahaan baik untuk pembelian grosir maupun pembelian ecer, selain itu juga melalui agen-agen yang tersebar di seluruh Indonesia seperti Bali, Surabaya, Jakarta, Medan, Kalimantan, dan kota-kota besar yang lainnya. Akan tetapi kami tidak melakukan promosi secara langsung melainkan promosi dilakukan oleh para agen-agen tersebut. Memang pada tahun 2003 kami melakukan ekspor untuk pengiriman barang yaitu ke Australia, Jepang, Korea, Amerika, dan negara besar lainnya. Akan tetapi pada kami mengalami kesulitan dalam proses ekspor tersebut atau bisa dikatakan

prosesnya terlalu rumit karena permintaan konsumen, dimana mereka menginginkan jumlah barang yang banyak dengan jenis yang sama sedangkan hasil tambang yang kita peroleh tidak selalu sama jenisnya. Sehingga pada tahun 2004 kami memutuskan untuk tidak melakukan ekspor tetapi dengan pemasaran lokal saja. Pemasaran lokal ini ke berbagai daerah seperti Surabaya, Jakarta, Medan, Bandung, Yogyakarta, Bali, Solo, Kalimantan, Sumatra, dan kota-kota besar yang lain.

- Peneliti : Apakah ada kendala dalam melaksanakan strategi tersebut?
- Narasumber : Dalam menjalankan suatu strategi pemasaran, pastinya akan ada pula suatu kendala dalam proses tersebut, diantaranya: mesin yang tiba-tiba mengalami kerusakan, listrik padam maka proses produksi juga akan terganggu karena mesin-mesin yang digunakan sebagian menggunakan aliran listrik, bahan bantu untuk segmen dan batu poles didapatkan dengan cara impor, cuaca apabila musim hujan tiba maka kegiatan penambangan juga akan sulit karena medan yang dihadapi licin. yang keseluruhan tersebut juga akan berpengaruh pada manajemen dalam perusahaan ini
- Peneliti : Bagaimana hasil dari strategi yang diterapkan oleh perusahaan ini?
- Narasumber : tanggapan dari para konsumen sangat bagus, artinya mereka sangat tertarik dengan produk kita karena memiliki kualitas produk yang bagus dan memiliki tekstur batu yang bagus pula dan harga yang sangat terjangkau. masyarakat ataupun konsumen disini memberikan nilai yang positif kepada kita yang mana perusahaan ini memiliki kualitas produk nomer 1 akan tetapi kadang juga kita kalah dengan industri lain karena bagian *finishing*nya. Kalau perusahaan lain itu pada bagian *finishing* sangat diperhatikan, sangat telaten itu yang membuat

perusahaan kita kalah, akan tetapi kualitas dari kita tetap nomer 1 dari pada perusahaan lain

Peneliti : Bagaimana bentuk pelayanan yang bapak lakukan terhadap pelanggan?

Narasumber : memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada para konsumen karena dengan hal tersebut konsumen akan merasa nyaman untuk membeli di perusahaan kita. Selain itu pelayanan yang baik juga termasuk strategi untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Peneliti : Dalam sebulan berapa barang yang dapat diproduksi dalam perusahaan ini serta berapa pendapatan yang diperoleh per bulan?

Narasumber : Setiap proses pasti akan ada hasil. Hasil dari penerapan strategi pemasaran yang dilakukan PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung yaitu berjalan dengan baik meskipun ada beberapa kendala yang harus dijalani pula. Dari penerapan strategi tersebut dapat dikatakan penjualan semakin naik meskipun hanya sedikit. Sedangkan untuk hasil barang produksinya, kami per tahun melakukan evaluasi guna untuk meningkatkan penjualan dan penekanan. Untuk pendapatan barang produksi per bulan yaitu sekitar 4000-5000 m² dengan laba kotor kurang lebih 1,5 miliar yang jika dijadikan laba bersih menjadi kurang lebih 1 miliar

Lampiran 2

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Sumarli selaku Manajer Personalia dan Umum



Pak Suhadi selaku karyawan PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung



Ibu Siti selaku agen dari PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung



Jalan masuk menuju PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung



Proses pemotongan batu marmer menjadi lempengan



Proses penghalusan



Proses pemotongan marmer yang setengah jadi menjadi lempengan kecil





Proses pemolesan baik marmer besar maupun kecil



Proses Kalibrating