

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DALAM BERBELANJA (STUDI KASUS PADA *GIANT EXSPRES* DINOYO MALANG)

Eriani Epa
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang
Email: erianiepa09@gmail.com

ABSTRAK

Strategi pemasaran sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan usaha secara menyeluruh sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam berbelanja. Penentuan strategi pemasaran yang tepat agar usaha dapat terus bertahan dan mengembangkan suatu strategi bersaing. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kajian teoritis dan menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di Giant exspress Dinoyo Malang. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Informan penelitian ini adalah manajer pemasaran Giant exspress Dinoyo Malang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan dokumentasi. Metode analisa data yang di gunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian membuktikan bahwa kajian teoritis untuk menentukan strategi pemasaran yaitu menciptakan pengenalan produk; memberi informasi terhadap konsumen tentang keistimewaan dan keuntungan atas produk; menciptakan persepsi yang baik terhadap produk; menciptakan pilihan atas produk; membujuk konsumen untuk membeli produk. Analisis SWOT membuktikan bahwa strategi pemasaran dinyatakan efektif karena faktor kekuatan dan peluang mampu menutupi kelemahan dan ancaman dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Strategi pemasaran mengutamakan promosi penjualan dengan pemberian diskon, namun strategi promosi yang lebih efektif yaitu peningkatan kualitas produk. Penentuan strategi pemasaran yang tepat bertujuan untuk mengembangkan perusahaan dan menghindari dari ancaman pesaing bisnis.

Kata Kunci: *Analisis SWOT, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Strategi Pemasaran*

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. 2004. *Manajemen Ritel*. Jakarta: PPM.
- David, Fred R. 2008. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Husaini, Usman dan Purnomo. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, L. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L.J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rismiati, Catur. dan Bondan Sutrisno. 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Jakarta: Kanisius.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitaitaif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J & J Learning.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Triyono, Sigit. 2006. *Sukses Terpadu Bisnis Ritel*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Umar, Husein. 1997. *Study Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, Christina Whidya. 2008. *Manajemen Retail: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.