

ABSTRAK

Yulia Fahrunnisa, NIM 212552, “**Analisis Strategi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di SPBU 44.593.10 Payaman Kudus**”. Skripsi, Kudus : Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam. Program Studi Ekonomi Syariah (ES), 2017.

Tujuan skripsi : (1) Untuk menganalisis bagaimana loyalitas pelanggan di SPBU 44.593.10 Payaman Kudus. (2) Untuk menganalisis bagaimana strategi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di SPBU 44.593.10 Payaman Kudus. (3) Untuk menganalisis kendala-kendala dalam menerapkan strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan SPBU 44.593.10 Payaman Kudus

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *field research* atau penelitian lapangan. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer atau data langsung dari survei dan observasi. Penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi, membandingkan hasil observasi dengan dokumentasi, dan membandingkan dokumentasi dengan wawancara.

Hasil penelitian: **Pertama**, konsep loyalitas pelanggan di SPBU 44.593.10 Payaman Kudus yaitu adanya konsistennya para pelanggan untuk membeli setiap harinya secara rutin lebih dari satu kali, pelanggan membeli lebih dari satu produk BBM, pelanggan merekomendasikan untuk menambah produk BBM jenis pertamax plus dan pelanggan yang sudah bertahun-tahun berlangganan tetap membeli rutin meskipun ada SPBU baru yang lebih dekat dari lokasi tempat tinggal mereka lebih memilih membeli Bahan Bakar Minyak (BBM) di SPBU 44.593.10 Payaman Kudus. **Kedua**, strategi-strategi SPBU 44.593.10 Payaman Kudus untuk mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu dengan strategi pelayanan, strategi takaran, strategi bonus atau rewards dan strategi motivasi karyawan. **Ketiga**, kendala-kendala dalam menerapkan strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan SPBU 44.593.10 Payaman Kudus yaitu kerusakan pompa dispenser, malasnya operator menjalankan SOP Pertamina Way, kurang efektifnya pemberian bonus kepada pelanggan, antrian pelanggan yang panjang, cuek dan tidak pekanya pelanggan saat dilayani, pelanggan yang tidak sopan kepada operator dan pesaing menawarkan bonus yang lebih menarik pelanggan.

Kata Kunci: Strategi, Loyalitas, Kendala-kendala.