

**ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN @SYAA.LISTT
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)



Oleh :

Widyana Ika Wulandari

2070201049

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS

ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul : ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN
@SYAA.LISTT DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS KONSUMEN
Diajukan Oleh : Widyana Ika Wulandari
NPM : 2070201049
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Disetujui

Tangerang, 31 Juli 2024

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

NIDN : 0429077605

Dosen Pembimbing



Raden Nita Rohmatuniasa, M.I.Kom

NIDN : 0408039205

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN @SYAA.LISTT DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN**

Oleh:

Widyana Ika Wulandari

2070201049

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal 07 Agustus 2024

Ketua Sidang



Raden Nita Rohmatunisa, M.I.Kom

NIDN. 0408039205

Anggota Sidang I



Ilham Ramdana, M.I.Kom

NIDN : 0430048604

Anggota Sidang II



Ade Rahmah, M.I.Kom

NIDN : 0427078001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

NIDN. 042907760

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Orang tua di rumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu”

-Ika df

“Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya”

-Ik

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tiada terhingga kepada kedua Orang Tua tercinta, teruntuk Bapak Suwito Handoko yang selalu menomor satukan saya sebagai putrinya dan teristimewa Ibu Hartina yang telah melahirkanm merawat, membimbing, dan melindungi dengan tulus serta penuh keikhlasan, mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya, serta yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat serta dukunyan sepuh hati.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Widyana Ika Wulandari
NPM : 2070201049
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tempat/Tanggal Lahir : Tangerang, 1 Maret 2002
Alamat : Perum Taman Buah II Blok B A3. No.23 Rt 04/15, Kel.
Kuta Bumi, Kec. Pasar Kemis, Kabupaten Tangerang,
Banten. 15561

Tugas akhir dalam bentuk Skripsi yang berjudul:

- A. "Analisis Komunikasi Pemasaran @syaa.listt Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen" adalah benar disusun oleh saya sendiri, dan jika kemudian hari diketahui berdasarkan bukti-bukti yang kuat ternyata Skripsi tersebut dibuatkan orang lain atau diketahui bahwa Skripsi tersebut merupakan plagiat/mencontek/menjiplak hasil karya ilmiah orang lain, dengan ini saya siap menerima pembatalan/pencabutan Gelar Akademik dan siap mengulang kembali penyusunan Skripsi dari awal.
- B. Bahwa seluruh dokumen (fotokopi ijazah, fotokopi transkrip nilai) dan lainlain sebagai persyaratan sidang adalah Asli milik saya pribadi dan dapat saya pertanggung jawabkan keasliannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 31 Juli 2024



Widyana Ika Wulandari

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunianya peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir dari perkuliahan yang telah peneliti tempuh sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, serta dukungan dari keluarga dan orang-orang terdekat peneliti, karya tulis ini tidak akan terlaksanakan. Baik dukungan secara moril maupun materil, setiap langkah yang peneliti tempuh selama masa perkuliahan tidak lepas dari doa yang terus di panjatkan dari berbagai pihak hingga skripsi ini dapat tersusun. Oleh karena itu dengan setulus hati peneliti mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga pada semua pihak yang telah memberi dukungan dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.

1. Yang paling utama Terima kasih kepada Allah SWT Tuhan semesta alam yang selalu memberikan kerahmatan dan kemudahan dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Kepada bapak Suwito Handoko dan ibu Hartina yang telah mendidik dan membimbing, dan mengasuh saya dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang yang begitu besar dan tulus serta tidak pernah berhenti memberikan dorongan, perhatian, dan do'a sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Amarullah, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Tangerang.
4. Bapak Dr. H. Achmad Kosasih, M.M selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
5. Bapak Nurhakim, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
6. Ibu Fitria Santi, M.Ikom selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
7. Bapak Dr. Mirza Shahreza, M.I.K selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.

8. Ibu Fitri Susiswani Isbandi, M.I.Kom selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
9. Ibu Raden Nita Rohmatunisa, M.Ikom selaku dosen pembimbing selama proses karya tulis ilmiah ini, yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan juga memberikan dukungan dalam penelitian ini sehingga dapat selesai dengan tepat waktu.
10. Seluruh Staff dan Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih saya.
11. Untuk teman saya dengan NIM 2070201078 yang senantiasa membantu serta mendukung saya dalam penyusunan penelitian ini.
12. Last but not least, kepada diri sendiri, terima kasih banyak telah berjuang sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah dalam kondisi apapun, saya bangga pada diri saya sendiri bisa menyelesaikan laporan proposal penelitian ini dengan penuh lika-liku kehidupan yang dijalani.

Tangerang, 31 Juli 2024

Penulis

Widyana Ika Wulandari

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Komunikasi Pemasaran @syaa.listt Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen”. Dengan mengadopsi teori utama: Teori Bauran Pemasaran 4P (Harga, Promosi, Produk, Tempat). Analisis menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran yang komprehensif dan terintegrasi sangat krusial untuk menjaga loyalitas pelanggan. Dari segi harga (Price), @syaa.listt menetapkan harga yang kompetitif sambil memastikan kualitas produk tetap tinggi. Dalam hal produk (Product), keberagaman dan kualitas produk yang ditawarkan mendorong pembelian berulang. Strategi promosi (Promotion) yang efektif melalui media sosial, dengan posting foto dan video, berhasil meningkatkan brand awareness dan engagement. Meskipun tidak memiliki toko fisik (Place), @syaa.listt memanfaatkan platform sosial media untuk mempermudah akses pemesanan, sehingga tidak menghambat proses pembelian konsumen. Dalam konteks loyalitas konsumen, pembelian berulang dan rekomendasi menunjukkan bahwa pengalaman positif serta kepuasan pelanggan mendorong mereka untuk terus membeli dan merekomendasikan produk @syaa.listt. Produk yang inovatif dan berkualitas tidak hanya memenuhi ekspektasi pelanggan tetapi juga menarik mereka untuk mencoba berbagai produk lain. Indikator ketahanan terhadap daya tarik kompetisi menunjukkan bahwa kualitas produk dan pelayanan yang baik memainkan peran utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, meskipun terdapat banyak pilihan merek lain di pasar.

Kata kunci: strategi komunikasi pemasaran, bauran pemasaran 4P, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

This research is entitled Marketing Communication Analysis @syaa.listt In Maintaining Consumer Loyalty." By adopting two main theories: 4P Marketing Mix Theory (Price, Promotion, Product, Place) and Consumer Loyalty Theory. Analysis shows that the implementation of a comprehensive and integrated marketing strategy is crucial to maintaining customer loyalty. In terms of price (Price), @syaa.listt sets a competitive price while ensuring the quality of the product remains high. In terms of products, the diversity and quality of the products offered encourages repeated purchases. An effective promotion strategy (Promotion) through social media, by posting photos and videos, has succeeded in increasing brand awareness and engagement. Even though it does not have a physical store (Place), @syaa.listt utilizes social media platforms to facilitate access to orders, so as not to hinder the consumer purchase process. In the context of consumer loyalty, repeat purchases and recommendations show that positive experiences and customer satisfaction encourage them to continue to buy and recommend @syaa.listt products. Innovative and quality products not only meet customer expectations but also attract them to try a variety of other products. Indicators of resilience to competitive appeal show that product quality and good service play a major role in maintaining customer loyalty, although there are many other brand options on the market.

Keywords: marketing communication strategy, 4P marketing mix, consumer loyalty.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	3
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	5
KATA PENGANTAR.....	7
ABSTRAK	9
ABSTRACT.....	10
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR TABEL.....	13
BAB 1 PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Fokus Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Al-Qur'an atau Hadist.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Komunikasi	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Strategi Komunikasi	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Komunikasi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.3.3.1 Bauran Komunikasi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.3.4 Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.3.5 Instagram.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.6 Loyalitas Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kerangka Berfikir	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.

3.1 Deskripsi Subjek atau Objek, Lokasi, dan Waktu PenelitianError! Bookmark not defined.

3.1.1 Subjek Penelitian Error! Bookmark not defined.

3.1.2 Objek Penelitian..... Error! Bookmark not defined.

3.1.3 Tempat dan Waktu Penelitian Error! Bookmark not defined.

3.2 Metode Penelitian Error! Bookmark not defined.

3.3 Teknik Pengumpulan Data Error! Bookmark not defined.

3.2.1 Data Primer Error! Bookmark not defined.

3.3.2 Data Sekunder..... Error! Bookmark not defined.

3.4 Teknik Analisis Data Error! Bookmark not defined.

3.5 Teknik Keabsahan Data Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN Error! Bookmark not defined.

4.1 Gambaran Umum..... Error! Bookmark not defined.

4.1.1 Sejarah Umum @syaa.listt..... Error! Bookmark not defined.

4.1.2 Logo @syaa.listt..... Error! Bookmark not defined.

4.1.3 Struktur Organisasi..... Error! Bookmark not defined.

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan Error! Bookmark not defined.

4.2.1 Bauran komunikasi Pemasaran Error! Bookmark not defined.

4.2.2 Loyalitas Konsumen Error! Bookmark not defined.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... Error! Bookmark not defined.

5.1 Kesimpulan..... Error! Bookmark not defined.

5.2 Saran Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Data Peringkat Pengguna Sosial Media di Indonesia 6

Gambar I. 2 Tampilan *Instagram* @syaa.listt 7

Gambar IV. 1 Logo @syaa.listt 40

Gambar IV. 2 Struktur@syaa.listt.....40

Gambar IV. 3 Daftar Harga @syaa.listt.....44

Gambar IV. 4	Promosi @syaa.listt	46
Gambar IV. 5	Testu Customer	48
Gambar IV. 6	Desain Bento Cake	48
Gambar IV. 7	Testi Customer	52
Gambar IV. 8	Testi Customer	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
-------------------------------------	----