



UNIVERSITAS NASIONAL

**Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas
Konsumen pada Salon Kecantikan LoveBeau Dharmawangsa**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

ADILLA PUTRI RAHAYU JUNIAR

203516416399

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

*"Marketing Communication Strategy in Enhancing Consumer Loyalty
at LoveBeau Dharmawangsa Beauty Salon"*

SKRIPSI

*"Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Communication Sciences degree."*

ADILLA PUTRI RAHAYU JUNIAR

203516416399

FACULTY OF SOCIAL SCIENCES AND POLITICAL SCIENCE

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

JAKARTA

2024

Abstrak

Nama : Adilla Putri Rahayu Juniar

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Salon Kecantikan LoveBeau Dharmawangsa

Kata Kunci Strategi komunikasi pemasaran, loyalitas konsumen, LoveBeau Dharmawangsa, Promotion Mix	LoveBeau adalah salah satu salon kecantikan yang populer di Jakarta. Salon ini menawarkan berbagai layanan kecantikan, seperti <i>extension</i> bulu mata, <i>nails</i> dan <i>eyebrow</i> . Pada bulan Juni 2023, LoveBeau mengalami penurunan jumlah konsumen. Penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti persaingan yang semakin ketat dari salon kecantikan lainnya, perubahan tren kecantikan, dan pandemi COVID-19. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen di salon kecantikan LoveBeau Dharmawangsa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari pemilik salon, manajer operasional, dan konsumen LoveBeau Dharmawangsa. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mengenai strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh LoveBeau untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran LoveBeau Dharmawangsa sudah cukup efektif dalam meningkatkan loyalitas konsumen dengan cara memberikan service yang terbaik, promo menarik dan fasilitas yang memadai. Hal ini terlihat dari banyaknya konsumen yang kembali menggunakan jasa LoveBeau Dharmawangsa. Namun, LoveBeau Dharmawangsa perlu terus meningkatkan strategi komunikasi pemasarannya agar dapat mempertahankan loyalitas konsumen.
Pembimbing	Dian Metha Ariyanti, S.sos, M.Si.

Abstract

Name : Adilla Putri Rahayu Juniar

Study Program : Ilmu Komunikasi

Thesis Title : *Marketing Communication Strategy in Enhancing Consumer Loyalty at LoveBeau Dharmawangsa Beauty Salon*

<p>Keywords <i>Marketing communication strategy, consumer loyalty, LoveBeau Dharmawangsa, Promotion Mix</i></p>	<p><i>LoveBeau is one of the popular beauty salons in Jakarta. This salon offers various beauty services such as eyelash extensions, nails, and eyebrow treatments. In June 2023, LoveBeau experienced a decrease in the number of customers. This decline was caused by several factors, including increasing competition from other beauty salons, changes in beauty trends, and the COVID-19 pandemic. This research aims to analyze marketing communication strategies to enhance consumer loyalty at LoveBeau Dharmawangsa beauty salon. The study employs a qualitative method with data collection techniques involving in-depth interviews. The participants in this research consist of the salon owner, operational manager, and LoveBeau Dharmawangsa customers. Interviews are conducted to gather information about the marketing communication strategies used by LoveBeau to enhance consumer loyalty. The results of this study indicate that LoveBeau Dharmawangsa's marketing communication strategies are already quite effective in enhancing consumer loyalty, as evidenced by the number of returning customers. However, LoveBeau Dharmawangsa needs to continue improving its marketing communication strategies to maintain consumer loyalty.</i></p>
<p>Mentor</p>	<p><i>Dian Metha Ariyanti, S.sos, M.Si.</i></p>

SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS

SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama Mahasiswa : ADILLA PUTRI RAHAYU JUNIA
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516416399
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi


Menyatakan, bahwa skripsi berjudul : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas konsumen pada calon kecantikan LoveBeau Dharmawangsa

adalah benar karya tulis saya, yang disusun untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Apabila dikemudian hari ditemukan bukti-bukti bahwa skripsi tersebut merupakan hasil Plagiat, atau tidak disusun melalui prosedur yang telah ditentukan atau tidak memenuhi ketentuan yang ditetapkan dalam berita acara ujian skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi Pembatalan atas skripsi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 1 Februari 2024

 ADILLA PUTRI RAHAYU JUNIA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Adilla Putri Rahayu Juniar
No. Pokok Mahasiswa : 203516416399
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas
Konsumen Pada Salon Kecantikan LoveBeau Dharmawangsa
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana
Strata 1 (S1) Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program
Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan
Jakarta, 1 Februari 2024

Dosen Pembimbing
Kepala Prodi Ilmu Komunikasi



Dian Metha Ariyanti, S.Sos., M.Si
Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Adilla Putri Rahayu Junior
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516416399
Fakultas / Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Salon Kecantikan LoveBeau Dharmawangsa

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 22 Februari 2024 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 4 Maret 2024

Ketua Sidang : Dr. Zainul Djumadin., M.Si

Penguji I : Yuyu Sriwardini., S.Sos. M.Si.

Penguji II : Dian Metha Ariyanti., S.Sos. M.Si.

Keterangan :

* Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah ditujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama Mahasiswa : Adilla Putri Rahayu Juniar
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516416399
Fakultas / Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas
Konsumen pada Salon Kecantikan LoveBeau Dharmawangsa

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Zainul Djumadin., M.Si

Penguji I : Yuyu Sriwartini., S.Sos. M.Si.

Penguji II : Dian Metha Ariyanti., S.Sos. M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 4/03/2024

UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adilla Putri Rahayu Juniar
NPM : 203516416399
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentras : *Public Relations*
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas
Konsumen pada Salon Kecantikan LoveBeau Dharmawangsa
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 4, Maret 2024

Dosen Pembimbing,

Dian Metha Ariyanti., S.Sos, M.Si.

Dekan

Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Adilla Putri Rahayu Juniar
NPM : 203516416399
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi & Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tanggal Sidang : 22 Februari 2024



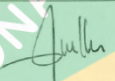
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Salon Kecantikan LoveBeau Dharmawangsa

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

Marketing Communication Strategy in Enhancing Consumer Loyalty at LoveBeau Dharmawangsa Beauty Salon

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL :	TGL :	TGL :
 Dian Metha Ariyanti, S.Sos, M.Si.	 Djudjur Luciana R., S.Sos, M.Si.	 Adilla Putri Rahayu Juniar



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA

SEMESTER GENAP/GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Nama Mahasiswa : Adilla Putri Rahayu Junior
NPM : 203516416399
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tempat, Tgl. Lahir : Jakarta, 21 Juni 1998
Alamat Rumah : Perum Bukit Putra, Jl Orchid III C5/1 R1.02
Rw.010. Cileungsi, Bogor
Telepon Rumah :-
Telepon Kantor :-
HP : 085882349694
Alamat Kantor :-
E-mail : adilla21juniar@gmail.com

Jakarta, 21 Maret 2024
Alumni,


Adilla Putri Rahayu Junior

UNIVERSITAS NASIONAL

DAFTAR ISI

Abstrak	i
<i>Abstract</i>	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS	iii
FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2.2.3 Tujuan dan Fungsi Strategi Komunikasi Pemasaran	22
2.2.4 Konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communication</i>)	23
2.2.5 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	25
2.2.6 Loyalitas Konsumen	27
2.2.7 Salon Kecantikan	32
2.3 Kerangka Berpikir.....	35
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36

3.2 Subjek dan Objek Penelitian	36
3.3 Sumber Data.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan data.....	38
3.5 Metode Analisis Data.....	38
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	40
3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian	40
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Penjelasan Umum LoveBeau Dharmawangsa	41
4.1.1 Sejarah LoveBeau Dharmawangsa	41
4.1.2 Visi dan Misi LoveBeau Dharmawangsa.....	42
4.1.3 Profile LoveBeau Dharmawangsa.....	43
4.1.4 Logo LoveBeau.....	43
4.2 Profile Informan.....	43
4.2.1 Key Informan	43
4.2.2 Key Informan 2	43
4.2.2 Informan Pendukung 1	44
4.2.3 Informan Pendukung 2.....	44
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	44
4.3.1 Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	45
4.4 Kriteria Pertimbangan Loyalitas Konsumen pada Salon Kecantikan LoveBeau.....	48
4.4.1 Pengulangan (<i>Repetition</i>).....	48
4.4.2 Retensi (<i>Retention</i>).....	49
4.4.3 Rekomendasi (<i>Recommendation</i>)	50
4.5 Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Salon Kecantikan LoveBeau	51
4.5.1 Periklanan (<i>advertising</i>).....	52
4.5.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	54
4.5.3 Acara & Pengalaman (<i>Event & Experience</i>).....	56
4.5.4 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	58
4.5.5 Media Sosial (<i>Social Media</i>).....	60
4.5.6 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	63
4.5.7 Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	66
4.6 Pembahasan Penelitian.....	68
4.7 Evaluasi Hasil Penelitian	71

BAB V.....	75
KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengumuman penutupan salon Lashtique	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	36
Gambar 4.1 Studio Salon Kecantikan LoveBeau Dharmawangsa.....	42
Gambar 4.2 Logo LoveBeau	44
Gambar 4.3 Google Review LoveBeau Dharmawangsa	48
Gambar 4.4 Instagram LoveBeau untuk media periklanan	54
Gambar 4.5 Promo yang Diberikan oleh LoveBeau	56
Gambar 4.6 Bazaar yang Dilakukan oleh LoveBeau	58
Gambar 4.7 Follow Up Konsumen H+1 Treatment	60
Gambar 4.8 Akun Resmi Media Sosial Salon Kecantikan LoveBeau	63
Gambar 4.9 Brosur-brosur LoveBeau	65
Gambar 4.10 Broadcast WhatsApp yang Dilakukan oleh LoveBeau	66



