

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Menurut hasil analisis peneliti diatas mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh LoveBeau Dharmawangsa dalam meningkatkan loyalitas, maka peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan salon kecantikan LoveBeau Dharmawangsa adalah dengan cara memanfaatkan berbagai fitur di media sosial seperti Instagram untuk melakukan periklanan dan di dalam iklan tersebut untuk menarik perhatian calon konsumen dengan menggunakan “pemilihan kata” yang membuat penasaran. Selain itu, memanfaatkan platform media sosial untuk membangun komunitas, menyebarkan informasi tentang produk dan layanan, serta menjalin interaksi dengan konsumen
2. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh salon kecantikan LoveBeau Dharmawangsa dalam meningkatkan loyalitas konsumen adalah dengan Membangun hubungan baik dengan konsumen melalui interaksi personal, seperti sapaan ramah, konsultasi yang detail, dan layanan yang profesional.
3. LoveBeau Dharmawangsa telah menerapkan konsep bauran promosi dengan sangat baik namun ada beberapa yang masih menjadi perhatian khusus. Memberikan penawaran menarik, seperti potongan harga, paket promo, dan hadiah untuk menarik minat konsumen dan mendorong pembelian berulang.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan dengan hasil-hasil temuan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti telah memiliki saran yang diharapkan dapat memiliki manfaat yang lebih dalam meningkatkan loyalitas konsumen di salon kecantikan LoveBeau Dharmawangsa, seperti:

1. LoveBeau Dharmawangsa harus menerapkan secara teratur bentuk apresiasi loyalitas pada konsumennya berupa reward yang lebih berkomitmen.

2. Lovebeau Dharmawangsa dapat terus meningkatkan kualitas layanan dan produknya untuk memberikan pengalaman terbaik bagi konsumen.
3. Lovebeau Dharmawangsa dapat memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk menjangkau lebih banyak konsumen.
4. Lovebeau Dharmawangsa dapat mengembangkan program loyalitas yang lebih menarik dan inovatif untuk meningkatkan retensi konsumen.



## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Aaker, D. A. 2000. *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of A Brand Name*. New York: Free Press
- Aaker. 2018 *Manajemen ekuitas merek*, Jakarta: Mitra Utama
- Agus, Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, Gery dan Philip Kotler. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi: Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Bogdan, R., & Biklen, S. K. 1998. *Qualitative Research for Education: An introduction to theories and methods*. Boston: Allyn and Bacon, Inc
- Bogdan, Robert C. dan Biklen Kopp Sari. 1982. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Allyn and Bacon, Inc.: Boston London.
- Creswell, John W.. 2014. *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Metode Campuran*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi 4, ANDI, Yogyakarta
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Konsumen*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: ALFABETHA.
- Kartajaya, Hermawan dan Iwan Setiawan. 2014. *Wow Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kennedy, John. E & R. Dermawan Soemanagara. (2008). *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer.
- Kotler, P. 1997. *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control*. Prentice Hall
- Kotler, Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran: Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing management*. Pearson

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. 2016. Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. John Wiley & Sons.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. Principles of Marketing. Edisi 13. United States of America : Pearson
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusumadewi. 2001. Perawatan dan Tata Rias Wajah Wanita. Jakarta : PT Gramedia Pustaka
- Lababa, Djunaidi. (2008). Evaluasi Program: Sebuah Pengantar. Jakarta: Lewis.
- Lattimore, Dan. Baskin, Otis. Heiman, Suzette T. Toth, Elizabeth L. (2002). Public Relations: Profesi dan Praktik. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- M, Nisrina. (2015). Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang. Yogyakarta: Kobis.
- Moleong, L. J. 2017. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Pearce II, John dan Richard B. Robinson, Jr. 2008. Manajemen Strategis Edisi 10 Buku 1, terj. Yanivi Bachtiar dan Christine. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2013. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rendra Widyatama. (2007). Pengantar Periklanan. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher
- Shimp, T.A. 2010, Advertising, Promotion, & other aspects of Integrated Marketing Communication, 8th Edition. South-Western: Cengage learning
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet

**Artikel:**

<https://jakarta.bps.go.id/indicator/16/1202/1/banyaknya-kelurahan-yang-memiliki-salon-kecantikan-podes-.html>. Diakses pada tanggal 12 Desember 2023

<https://lifestyle.kompas.com/read/2020/01/23/153536320/survei-generasi-z-rela-habiskan-uang-demi-merawat-kecantikan>. Diakses pada tanggal 5 November 2023

**Jurnal Penelitian & Skripsi:**

e-Proceeding of Management : Vol.6, No.3 Desember 2019 ISSN : 2355-9357.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11174/11042> di akses pada 27 November 2023

Ettisal: journal of communication vol. 7 no. 1 2022 P-ISSN 2503-1880  
<https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal/article/view/7095> diakses pada 27 November 2023

Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi. Vol. 1, No. 1, April 2020. <https://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/komunikata57/article/view/119/72>. Diakses pada 27 November 2023

Jurnal Manajemen Perusahaan, Vol. 2 No. 1 Maret 2023 E-ISSN 2828-6332. <https://ejurnal.lppmunsera.org/index.php/jumpa/article/view/6498/2544>. Diakses pada 27 November 2023

Prologia Vol. 3, No. 1, Juli 2019, Hal 154-161 EISSN 2598-0777.  
<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6233/4340> diakses pada 27 November 2023

Puspanegara, L. Y. (2023). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Klaten Dalam Menyosialisasikan Sistem Pelayanan Online Sakura (Sistem Layanan Administrasi Kependudukan Dalam Jaringan) (Doctoral dissertation, UPN "Veteran" Yogyakarta).

Shaputri, D. A., & Abdurrahman, M. S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Cafe Coffee Di Bandung

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Morning Glory Coffee). *eProceedings of Management*, 6(3).

