



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI BRANDING PRODUK KOSMETIK “MAGIA BY
INAURA” DALAM MEMBANGUN BRAND LOYALTY
KONSUMEN**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.Ikom)**

Marshanda Dewi Lestari

213516516615

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

2026



NATIONAL UNIVERSITY

**BRANDING STRATEGY OF THE COSMETIC PRODUCT
'MAGIA BY INAURA' IN BUILDING CONSUMER BRAND
LOYALTY**

THESIS

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor of Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.Ikom)**

Marshanda Dewi Lestari

213516516615

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTEMENT COMMUNICATION SCIENCE**

2026



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Marshanda dewi lestari
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516615
Program Studi : Ilmu sosial dan politik
Kekhususan : Public relations
Judul Skripsi : STRATEGI BRANDING PRODUK KOSMETIK “
MAGIA BY INAURA “ DALAM MEMBANGUN
BRAND LOYALTY KONSUMEN
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 2026

Dosen Pembimbing

Nurstayo S.sos . M.si

Ketua Prodi ilmu komunikasi

Swastiningsih M.si

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini :

Nama : Marshanda Dewi Lestari

NPM : 213516516615

Judul : “ strategi branding produk kosmetik magia by inaura dalam membangun brand loyalty konsumen “

Skripsi/Tesis/Disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Jakarta ,13 februari 2026


Marshanda Dewi lestari





FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Marshanda dewi I,estari
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516615
Program Studi : Ilmu sosial dan politik
Kekhususan : Public relations
Judul Skripsi : STRATEGI BRANDING PRODUK KOSMETIK “
MAGIA BY INAURA “ DALAM MEMBANGUN
BRAND LOYALTY KONSUMEN
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 11 februari 2026

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan politik

Nursatyo S, sos.M.si

Dr. Aes Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.



HALAMAN PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Marshanda Dewi Iestari
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516615
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Publik relations
Judul Skripsi : STRATEGI BRANDING PRODUK KOSMETIK “
MAGIA BY INAURA “ DALAM MEMBANGUN
BRAND LOYALTY KONSUMEN “

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, Kamis 5 Maret 2025, sebagaimana tertulis dalam “Berita Acara Ujian Skripsi”.

Jakarta, 11 Maret 2026

Penguji 2 /
Ketua Sidang

: Siti sadiyatunnimah S.M.B., Msi

Penguji 1

: Dr. Tantri relatami S.Sos., M.I.kom

Pembimbing

: Nursatyo S.Sos., M.si

Keterangan :

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

KATAPENGANTAR

Rasa syukur terus penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena telah memberikan rahmat juga karunia-Nya dalam memberikan kehendak-Nya serta keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan dan restunya kepada penulis untuk tetap semangat dalam mengerjakan proposal skripsi untuk bisa menyelesaikan skripsi dengan judul, "Strategi Branding Produk Kosmetik “Magia By Inaura Dalam Membangun Brand Loyalty Konsumen”. Penyusunan skripsi masih sangat jauh dari kata sempurna, peneliti menyadari bahwa di dalamnya terdapat kekurangan. Oleh karena itu, sebuah kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan agar penyusunan karya ilmiah ini menjadi lebih baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi yang penulis tempuh. Dalam proses penyusunannya, penulis menghadapi berbagai tantangan dan hambatan. Namun, berkat dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak, karya ilmiah ini akhirnya dapat terselesaikan dengan baik, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Dr. ElAmry Bernawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional;
2. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional;
3. Swastiningsih, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional;
4. Nursatyo, S.sos.M.si., selaku dosen pembimbing yang bukan hanya membimbing secara akademik, tetapi juga menjadi motivator yang luar biasa. Terima kasih yang sebesar besarnya atas waktu, kesabaran yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini;
5. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Muhammad Rizki selaku suami saya yang tercinta terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis dalam menyusun skripsi, berkontribusi baik tenaga, waktu, menemani, mendukung, serta menghibur penulis dan meyakinkan penulis untuk tidak mudah menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan dengan baik;
6. Superhero dan panutanku, ayahanda dan ibunda yang tiada hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta doa, yang selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahaakan,

memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya;

7. Kepada Tarisa Pratiwi dan Fayzka Mediana Distiawan yang telah memberi motivasi, support, dan semangat kepada peneliti serta selalu setia mendengarkan curahan hati peneliti dalam pengerjaan skripsi;
8. Terakhir, untuk diri saya sendiri ,terimakasih atas segala kerja keras dan semangatnya, sehigga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terima kasih sudah berusaha dan tidak lelah dalam kondisi apapun, apresiasi telah menyelesaikan apa yang telah dimulai, sulit untuk bisa bertahan sampai dititik ini, walaupun terkadang sering merasa putus asa atas apa yang sedang diushakan. Tetaplah menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. *God, thank you for being me independent woman, i know there are more greatv ones but im proud of this achievement.*



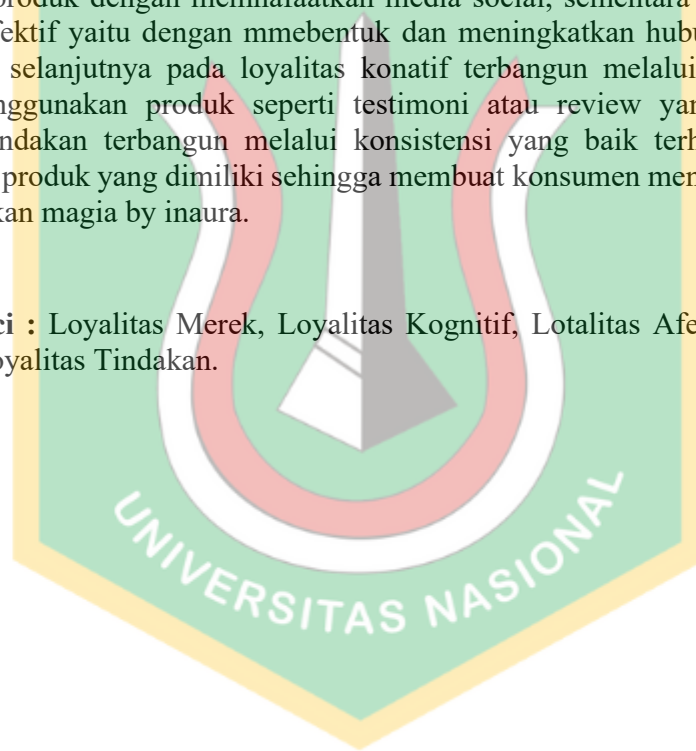
Penulis,

Marshanda Dewi Lestari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *magia by inaura* memposisikan *brand loyalty* dalam kerangka hubungan konsumen dan brand. Dalam era pasar yang semakin kompetitif khususnya di industri kecantikan dan fashion *brand loyalty* menjadi kunci utama untuk mempertahankan pangsa pasar dan membangun hubungan jangka Panjang dengan konsumen, dalam pelaksanaannya penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, analisis konten, observasi dan dokumentasi. Adapun Teknik analisis data oleh Miles dan Huberman yaitu melalui tiga tahapan diantaranya reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa keanggotaan dalam komunitas tidak sekedar tentang menjadi konsumen, melainkan juga merasa menjadi bagian dari keluarga brand *magia by inaura* itu sendiri. Penelitian ini juga menemukan bahwa dalam memposisikan *brand loyalty*, *magia by inaura* membentuk loyalitas kognitif konsumen melalui memberi pemahaman mengenai produk dengan memanfaatkan media social, sementara dalam membentuk loyalitas efektif yaitu dengan membentuk dan meningkatkan hubungan baik dengan konsumen, selanjutnya pada loyalitas konatif terbangun melalui hasil pengalaman dalam menggunakan produk seperti testimoni atau review yang baik. serta pada loyalitas tindakan terbangun melalui konsistensi yang baik terhadap kualitas dan kandungan produk yang dimiliki sehingga membuat konsumen menjadi loyal dan terus menggunakan *magia by inaura*.

Kata Kunci : Loyalitas Merek, Loyalitas Kognitif, Loyalitas Afektif, Loyalitas Konatif, Loyalitas Tindakan.



ABSTRACT

This research aims to investigate how "Magia by Inaura" positions brand loyalty within the framework of consumer-brand relationships. In an increasingly competitive market era, particularly in the beauty and fashion industries, brand loyalty serves as the primary key to maintaining market share and building long-term relationships with consumers. In its implementation, this study employs a qualitative descriptive approach with data collection techniques through interviews, content analysis, observation, and documentation. The data analysis technique follows Miles and Huberman's method, consisting of three stages: data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this research reveal that membership in the community is not merely about being a consumer, but also about feeling like part of the "Magia by Inaura" brand family itself. The study also finds that in positioning brand loyalty, "Magia by Inaura" forms cognitive loyalty among consumers by providing product understanding through social media. Meanwhile, affective loyalty is built by forming and enhancing positive relationships with consumers. Subsequently, conative loyalty is established through positive experiences in using the product, such as good testimonials or reviews. Furthermore, behavioral loyalty is.

Keywords : Brand Loyalty, Cognitive Loyalty, Affective Loyalty, Conative Loyalty, Action Loyalty



DAFTAR ISI

UNIVERSITAS NASIONAL	1
LEMBAR PERNYATAAN	1
KATAPENGANTAR	2
ABSTRAK	4
ABSTRACT	5
DAFTAR ISI	6
DAFTAR TABEL	8
DAFTAR GAMBAR	9
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	14
2.3 Kerangka Konsep	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Strategi Branding	16
2.3.2 Produk Kosmetik	16
2.3.3 Brand loyalty	18
2.3.4 Konsumen	22
2.3.5 Komunikasi Pemasaran	22
2.3.6 Brand	24
2.4 Kerangka Berpikir	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian	25
3.2 Pendekatan Penelitian	25
3.3 Jenis Penelitian	27
3.4 Triangulasi Sumber	27

3.5 Metodologi Penelitian.....	27
3.6 Subjek dan Objek.....	28
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.7.1 Observasi	28
3.7.2 Wawancara	28
3.7.3 Dokumentasi.....	30
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.9 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.1.1 Profile Magia by Inaura	33
4.1.2 Sejarah Magia by Inaura	35
4.1.3 Media Sosial Magia by Inaura	37
4.1.4 Visi dan Misi Magia by Inaura	38
4.1.5 Struktur Organisasi	38
4.1.6 Produk Magia by Inaura	43
4.1.7 Lokasi Magia by Inaura	44
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Strategi Influencer Marketing sebagai Membangun Loyalitas Konsumen Magia by Inaura	48
4.2.2 Pendekatan Honest Review dan Soft Selling dalam Membangun Loyalitas Konsumen Magia by Inaura	54
4.2.3 Membangun Komunitas dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen Magia by Inaura	57
4.2.4 Tantangan dalam Membangun Loyalitas Konsumen.....	64
4.2.5 Penanganan Ketidakpuasan Konsumen.....	67
4.3 Pembahasan Penelitian	70
4.3.1 Keterkaitan Hasil Penelitian dengan Teori Brand Equity	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Produk.....	3
Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis	8
Tabel 3.1 Timeline Penelitian.....	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Magia by Inaura	2
Gambar 4.1 Web Magia by Inaura	34
Gambar 4.2 Logo Magia by Inaura	36
Gambar 4.3 Intragam Magia by Inaura	36
Gambar 4.4 Struktur Magia by Inaura	38
Gambar 4.5 Magia Elixir	43
Gambar 4.6 Magia Keratin	43
Gambar 4.7 Magia Plex	44
Gambar 4.8 Magia Scalps	44
Gambar 4.9 Lokasi Magia by Inaura	45
Gambar 4.10 Honest review dari konsumen	55
Gambar 4.11 Group Whatsapp Komunitas Magia	58
Gambar 4.12 Akun Instagram magiabestie.community	59
Gambar 4.13 Rangkaian kegiatan Magiabestie Community	61
Gambar 4.14 Top 10 haircare	65
Gambar 4.15 Ulasan Konsumen Terkait Magia	68

