

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA
LOSMEN IBU HJ TARJO**



SKRIPSI

Disusun Oleh :

RAHMAT HIDAYAT

20702010089

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2024**




PENGESAHAN

Skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan *Customer Loyalty* Pada Losmen Ibu HJ Tarjo oleh Rahmat Hidayat telah dipertahankan di depan penguji skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Selatan.

Ujian dilaksanakan

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Juli 2024
Tempat : Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-----------|---|
| 1. Adli, S.Sos.I., M.Sc NIDN 0210039002 | Ketua |  |
| 2. Intan Putri, S.I.Kom., M.I.Kom NIDN 0210019203 | Penguji 1 |  |
| 3. Agus Srimuddin, S.Pd.I., M.I.Kom NIDN 0201088002 | Penguji 2 |  |

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Sumatera Selatan



Agus Srimuddin, S.Pd.I., M.I.Kom
NIDN 0201088002

Palembang 11, Juli 2024
Ketua
Program Studi Ilmu Komunikasi


Adli, S.Sos.I., M.Sc
NIDN 0210039002

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER LOYALTY PADA LOSMEN IBU HJ TARJO

Rahmat Hidayat¹, Dendi², Adli³

Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Selatan

*Korespondensi Penulis: rahmathidayat060802@gmail.com

ABSTRACT

Marketing communication strategy is a way for companies to promote their products to consumers using stages and strategies so that the products and services they want to market can be right on target and can be accepted by consumers. This study uses a type of descriptive qualitative research. With purposive sampling techniques. Data collection techniques are carried out by means of observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data presentation and conclusion drawn. The results of Losman Ibu HJ Tarjo's research use the IMC theory which is a pattern of applying Marketing Commucation, Sales Promotion, and Marketing Events and also uses the kotler theory, namely the marketing mix with the four P's (4P), namely product, price, place, and promotion. And the use of customer loyalty theory. From the use of this theory, it is found that in an effort to increase customer loyalty, it is necessary to use good information technology in order to be able to design what kind of marketing will be applied so that it can reach a wider range of consumers.

Keywords: *Marketing Strategy, Customer Loyalty, Losmen Ibu HJ Tarjo*

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran adalah cara bagi perusahaan untuk mempromosikan produknya kepada konsumen dengan menggunakan tahapan dan strategi sehingga produk dan jasa yang ingin dipasarkan dapat tepat sasaran dan dapat diterima oleh konsumen. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Dengan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian Losman Ibu HJ Tarjo menggunakan teori IMC yang merupakan pola penerapan *Marketing Commucation, Sales Promotion, dan Marketing Events* dan juga menggunakan teori kotler yaitu bauran pemasaran dengan empat P (4P), yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Dan penggunaan teori loyalitas pelanggan. Dari penggunaan teori ini, didapatkan bahwa dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan, perlu menggunakan teknologi informasi yang baik agar mampu merancang pemasaran seperti apa yang akan diterapkan sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

Kata kunci: *Strategi Pemasaran, Customer Loyalty, Losmen Ibu HJ Tarjo*