

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM  
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN CV  
KAFI KREATIF**



Oleh:

**Rosandy Fahrahul Defalis**

**NBI. 1151900049**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023/2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM  
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN CV  
KAFI KREATIF**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1  
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh:

**Rosandy Fahrahul Defalis**

**NBI. 1151900049**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2023/2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama : Rosandy Fahrahul Defalis**

**NBI : 1151900049**

**Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan CV Kafi Kreatif**

**Mengetahui,**

**Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Surabaya, 4 Januari 2024**

**Disetujui  
Oleh Dosen Pembimbing**

**Dr.Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**

**NPP. 20120.87.0103**

**Mohammad Insan Romadhan,  
S.I.Kom., M.Med.Kom**

**NPP. 20150170741**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

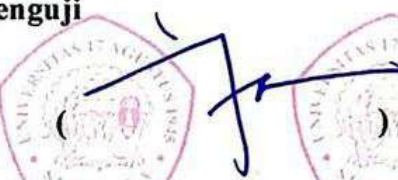
Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana.

**Dosen Penguji**

1. **Mohammad Insan Romadhan,**

**S.I.Kom., M.Med.Kom.**

Ketua

(  )

2. **Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA.**

Anggota 1

(  )

3. **Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana,**

**S.Sos., M. Med. Kom.**

Anggota 2

(  )

Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
  
**Dr. Dra Ayu Maduwinarti, M.P**

NPP.20120870103

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rosandy Fahrahul Defalis

NBI : 1151900049

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan CV Kafi Kreatif

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 04 Januari 2024  
Yang membuat pernyataan



(Rosandy Fahrahul Defalis)



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
JL.SEMOLOWARU 45  
SURABAYA TLP.08  
EMAIL PERPUS UNTAG  
SBY.AC.ID

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rosandy Fahrahul Defalis  
NBI : 1151900049  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada badan perpustakaan universitas 17 agustus 1945 surabaya Hak Bebas Royalty Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), atas karya saya yang berjudul:

**“Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan CV Kafi Kreatif”**

Dengan hak bebas royalti noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), badan perpustakaan universitas 17 agustus 1945 surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945

Pada Tanggal : 15 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Rosandy Fahrahul Defalis

## **ABSTRACT**

*Effective marketing communication strategies are key to maintaining customer loyalty in a competitive business environment. CV Kafi Kreatif, as a company aiming to retain existing customers and expand its customer base, must implement a strategic and communication-focused approach. The objective of this research is to identify marketing communication strategies that can help CV Kafi Kreatif in maintaining customer loyalty. Through this research, we will explore several effective marketing communication strategies that can be applied by CV Kafi Kreatif, such as personalized communication, social media usage, loyalty programs, and delivering valuable content. The research methods employed include literature review and case analysis. We will examine best practices in marketing communication within the creative industry and analyze how these strategies can be adopted by CV Kafi Kreatif. The outcomes of this research are expected to provide CV Kafi Kreatif with valuable insights in formulating effective marketing communication strategies. By implementing these strategies, CV Kafi Kreatif can enhance interactions with customers, build stronger relationships, and maintain long-term customer loyalty.*

**Keywords:** *marketing communication strategies, customer loyalty, CV Kafi Kreatif, personalized communication, social media, loyalty programs, valuable content.*

## ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran yang efektif adalah kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. CV Kafi Kreatif, sebagai perusahaan yang ingin mempertahankan pelanggan yang ada dan memperluas basis pelanggannya, harus menerapkan pendekatan yang strategis dan berfokus pada komunikasi pemasaran yang efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi komunikasi pemasaran yang dapat membantu CV Kafi Kreatif dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Melalui penelitian ini, kami akan mengeksplorasi beberapa strategi komunikasi pemasaran yang efektif yang dapat diterapkan oleh CV Kafi Kreatif, seperti personalisasi komunikasi, penggunaan media sosial, program loyalitas, dan pengiriman konten bernilai. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur dan analisis kasus. Kami akan melihat contoh-contoh terbaik dari praktik komunikasi pemasaran dalam industri kreatif dan menganalisis bagaimana strategi-strategi ini dapat diadopsi oleh CV Kafi Kreatif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan CV Kafi Kreatif wawasan yang berguna dalam merumuskan strategi komunikasi pemasaran yang efektif. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, CV Kafi Kreatif dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan, membangun hubungan yang lebih kuat, dan menjaga loyalitas pelanggan jangka panjang.

**Kata kunci:** strategi komunikasi pemasaran, loyalitas pelanggan, CV Kafi Kreatif, personalisasi komunikasi, media sosial, program loyalitas, konten bernilai.



## **KATA PENGANTAR**

Dengan penuh rasa syukur, puji dan terima kasih kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada CV Kafi Kreatif." Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dorongan, serta dukungan dari berbagai pihak yang telah melibatkan diri dalam proses penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang setinggi-tingginya.

Terima kasih pertama-tama kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penulisan skripsi ini. Bimbingan Bapak/Ibu telah memberikan cahaya dan petunjuk yang memandu penulis dalam menjalani setiap tahap penelitian ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada CV Kafi Kreatif, khususnya kepada pihak manajemen dan staf yang telah memberikan izin serta kerjasama dalam pengumpulan data penelitian. Partisipasi mereka menjadi kunci keberhasilan penelitian ini.

Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Semua pihak yang telah turut serta dalam kelancaran penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, mendapat apresiasi yang setinggi-tingginya dari penulis. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dan menjadi bahan rujukan yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang sangat penulis harapkan.

Terima kasih.

Surabaya, 4 Januari 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'R' followed by 'F' and 'D' in a cursive script.

**Rosandy Fahrahul Defalis**

1151900049

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	4
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1 Komunikasi .....	9
2.2.2 Komunikasi Pemasaran .....	10
2.2.3 Hambatan Perkembangan Usaha Skala Kecil dan Mikro.....	13
2.2.4 Loyalitas Pelanggan .....	15
2.3. Kerangka Pemikiran .....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1. Pendekatan Penelitian .....	21
3.2. Jenis Penelitian .....	21
3.3. Subjek dan Objek Penelitian .....	21
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	23
3.5. Teknik Analisi Data.....	23

3.6.	Keabsahan Data .....	23
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>25</b>
4.1.	Deskripsi Subjek/Objek Penelitian .....	25
4.2.	Hasil Penelitian .....	26
4.2.1	Iklan .....	27
4.2.2	Penjualan Pribadi.....	34
4.2.3	Promosi Penjualan.....	35
4.2.4	Pemasaran Langsung.....	40
4.2.5	Hubungan Masyarakat .....	44
4.2.6	Loyalitas Pelanggan .....	45
4.3.	Pembahasan.....	49
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>53</b>
5.1.	Kesimpulan .....	53
5.2.	Rekomendasi.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>55</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>56</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran, Model Komunikasi Kotler Keller .....	20
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan (Sumber: CV kafi Kreatif) .....	26
Gambar 4. 2 Tips and Trik .....	29
Gambar 4. 3 Menentukan Ukuran Letter .....	30
Gambar 4. 4 Kenapa Harus Kafi Kreatif .....	31
Gambar 4. 5 Showcase Kosmetik .....	32
Gambar 4. 6 Iklan Kafi Kreatif 1 .....	33
Gambar 4. 7 Iklan Kafi Kreatif 2 .....	34
Gambar 4. 8 Potongan Harga Gantungan Kunci (Sumber: CV Kafi Kreatif) .....	36
Gambar 4. 9 Gantungan Kunci (Sumber: CV Kafi Kreatif) .....	36
Gambar 4. 10 Kafi Kreatif One Stop Service .....	37
Gambar 4. 11 Plakat Wisuda .....	38
Gambar 4. 12 Melayani Order Jumlah Banyak .....	39
Gambar 4. 13 Huruf Letter Timbul (Sumber: CV Kafi Kreatif) .....	42
Gambar 4. 14 Papan Nama (Sumber: CV Kafi Kreatif) .....	43
Gambar 4. 15 Kebutuhan Pelanggan .....	47
Gambar 4. 16 Print UV Flatbed .....	48
Gambar 4. 17 Kelebihan Neon Flex .....	49

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 3. 1 Nama Informan dan Status Informan .....	22

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara .....	56
Lampiran 2 Dokumentasi .....	59
Lampiran 3 Bukti Turnitin .....	61
Lampiran 4 Lembar Revisi.....	62
Lampiran 5 Kartu Bimbingan .....	65