

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN KLINIK
KECANTIKAN RBEAUTY DI SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

HALIZA NOOR FAUZIAH AZZAHRA

NBI: 1152000454

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

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN KLINIK
KECANTIKAN RBEAUTY DI SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

HALIZA NOOR FAUZIAH AZZAHRA

NBI: 1152000454

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

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Haliza Noor Fauziah Azzahra

NBI : 1152000454

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas
Pelanggan Klinik Kecantikan Rbeauty Di Sidoarjo

Surabaya, 9 Juli 2024

Mengetahui

Dekan

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



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP

NPP:20120870103

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom

NPP: 20150130616

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal: 09 Juli 2024

Dewan Penguji:

1. **Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom**
Ketua
2. **Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom**
Anggota
3. **Fransisca Benedicta Avira Citra
Paramita, S.I.Kom., M.Med.Kom**
Anggota

Mengesahkan,

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



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP

NPP:20120870103

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Haliza Noor Fauziah Azzahra
NIM : 1152000454
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Klinik Kecantikan Rbeauty Di Sidoarjo

Menyatakan bahwa :

1. 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. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesada-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 9 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan



(Haliza Noor Fauziah Azzahra)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

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

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Haliza Noor Fauziah Azzahra
NBI : 1152000454
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

“Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Klinik Kecantikan Rbeauty Di Sidoarjo”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 9 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(Haliza Noor Fauziah Azzahra)

ABSTRACT

Rbeauty Clinic, which is located in Juanda, Sidoarjo, East Java, has superior treatment products and services with the Muslimah Beauty Clinic concept as a distinguishing characteristic from other competitors and the halal products and concern for skin safety, especially for Muslim women. Rbeauty Clinic implements marketing communication strategies to increase customer loyalty. The purpose of this research is to analyze the Marketing Communication strategy in increasing Rbeauty Clinic customer loyalty using descriptive qualitative methods. Data collection techniques include in-depth interview data collection techniques with four informants and literature study. Data analysis through data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research results show that the marketing communication strategy communication mix, namely Advertising, Direct Marketing, Sales promotion, Public Relations, Personal Selling, and Interactive Marketing. This activity is carried out to gain good will, increase consumer trust, increase sales, trust, a good image of the company, and the number of followers and likes on social media. Rbeauty Clinic has been successfully carrying out the strategy by achieving sales targets that continue to increase from year to year.

Keywords: *Communication Strategy, Pull Strategy, Marketing Communication, Customer Loyalty*

ABSTRAK

Klinik Kecantikan Rbeauty yang berlokasi di Juanda, Sidoarjo, Jawa Timur. Klinik Rbeauty merupakan klinik kecantikan kulit, wajah, dan tubuh dengan konsep Klinik Kecantikan Muslimah menjadi ciri khas yang membedakan dari pesaing lainnya dan kehalalan produk serta kepedulian terhadap keamanan kulit, khususnya bagi wanita Muslimah. Klinik Rbeauty menerapkan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Klinik Rbeauty menggunakan strategi pull dan enam elemen bauran pemasaran. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam pada empat informan dan studi kepustakaan. Analisis data melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Rbeauty menggunakan strategi *pull* dan enam elemen bauran komunikasi pemasaran yaitu *Advertising* (Periklanan), *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung), *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), *Public Relations* (Hubungan Masyarakat), *Personal Selling* (Penjualan Personal), *Interactive Marketing* (Pemasaran Interaktif) Kegiatan yang dilakukan ini untuk memperoleh *good will*, peningkatan konsumen, peningkatan penjualan, kepercayaan, citra baik perusahaan, dan banyaknya followers, likes di media sosial. Klinik Rbeauty berhasil menjalankan strategi dengan pencapaian target penjualan dan peningkatan konsumen dari tahun ke tahun.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Integreated Marketing Communication (IMC), Strategi Pull, Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, rahmat, karunia, dan hidayah-Nya. Sehingga dalam penulisan penelitian ini yang merupakan tugas akhir program sarjana ini dapat di selesaikan tepat waktu. Penulisan skripsi yang Berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Klinik Kecantikan Rbeauty Di Sidoarjo” sebagai salah satu (S1) jurusan Ilmu Komunikasi sekaligus memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah berperan memberikan bimbingan, arahan, kerjasama, dan do’a sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Maka penulis ucapkan terima kasih dengan tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA, CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan fasilitas belajar di kampus Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan arahan;
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom, yang telah memberikan motivasi;
4. Terima kasih banyak kepada Bapak Dr. Hamim, S.Sos.,M.I.Kom, selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan bantuan, bimbingan, waktu, semangat dan kesabaran serta saran-saran yang telah diberikan, dan juga arahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai;
5. Terima kasih kepada Bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos.,

- M.Med.Kom, selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberi nasehat, semangat, serta ilmu yang bermanfaat untuk mengerjakan skripsi ini;
6. Terima kasih banyak kepada Ayahanda Daryono dan Ibunda Dwilestarining Buwono selaku kedua orang tua saya, tiada henti mengirimkan do'a untuk kemudahan dan kesuksesan dalam penulisan skripsi ini;
 7. Terima kasih banyak kepada Kakek alm. Subari Notobuwono yang selalu memberi saya semangat dan nasehat yang sebelum meninggalkan kita di tahun lalu beliau salah satu orang yang memotivasi saya untuk terus semangat mengerjakan skripsi ini dan Nenek Setyaning Prastiti yang selalu memberi saya semangat, nasehat, dan doa untuk kemudahan dan kesuksesan dalam penulisan skripsi ini;
 8. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Suami tercinta saya Breveto Rajasyah Novradhana. Terima kasih telah menjadi bagian perjalanan hidup penulis. yang selalu memberikan semangat, arahan dan tiada henti mendoakan untuk kemudahan dan kesuksesan dalam penulisan skripsi ini;
 9. Terima kasih kepada Anak saya Aisha Briza Ghatika Humaira yang selalu memberikan semangat dan kemudahan dalam penulisan skripsi ini;
 10. Kedua adik tercinta saya Fathan Maulana Akbar Daryono dan Fathia Azarine Humayra yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk mengerjakan skripsi ini;
 11. Terima kasih banyak kepada Kakek Rachman dan Nenek Lies yang selalu memberi saya semangat, nasehat, dan doa untuk kemudahan dan kesuksesan dalam penulisan skripsi ini;

12. Terima kasih banyak kepada Mertua saya Bapak Agus dan Ibu Ratri yang selalu memberi saya semangat dan doa untuk kemudahan dalam penulisan skripsi ini;
13. Adik ipar tercinta saya Chellyne dan Cherryl selalu memberikan semangat dan dukungan tak terhingga untuk mengerjakan skripsi ini;
14. Untuk sahabat saya Tsabitah Regina, Khanza Zhafina, Nabilah Widyayuniar, Devi Aulia terima kasih untuk semangat yang diberikan, terima kasih sudah selalu siap mendengarkan segala keluh kesah saya saat mengerjakan penyusunan skripsi;
15. Terima kasih untuk teman seperjuangan saya Devy Laily, Johan Bagaskara, Muhammad Azri untuk semangat yang diberikan, terima kasih sudah selalu siap mendengarkan segala keluh kesah saya saat mengerjakan penyusunan skripsi;
16. Terima kasih banyak kepada sahabat-sahabat saya semasa SMP Adelia, Aurelia, Aulia, Alifia, Halifah. Istianah, Juwita, Nabila, Raditya, Lina, Julieta yang selalu menjadi motivasi saya untuk menyusul kalian untuk menyelesaikan kuliah saya;
17. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri Haliza Noor Fauziah Azzahra terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil. Namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Haliza. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

DAFTAR ISI

ABSTRACT	ii
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Teori <i>Integrated Marketing Communication</i>	20
2.3 Definisi Konsep	26
2.3.1 Definisi Strategi.....	26
2.3.2 Definisi Komunikasi.....	26
2.3.3 Strategi Komunikasi	27
2.3.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	28
2.3.5 Jenis Strategi Komunikasi	29
2.3.6 Komunikasi Pemasaran	31
2.3.7 Definisi Loyalitas	33

2.3.8	Definisi Pelanggan.....	34
2.3.9	Loyalitas Pelanggan.....	34
2.3.10	Klinik Kecantikan.....	38
2.4	Kerangka Pemikiran	38
BAB III	METODE PENELITIAN	41
3.1	Pendekatan Penelitian	41
3.2	Jenis Penelitian.....	41
3.3	Subjek dan Objek Penelitian.....	41
3.3.1	Subjek Penelitian	41
3.3.2	Objek Penelitian	43
3.4	Metode Pengumpulan Data	43
3.4.1	Jenis Data (Primer dan Sekunder)	43
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5	Analisis Data	47
3.6	Keabsahan Data Penelitian	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN	51
4.1	Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian	51
4.1.1	Profil Klinik Kecantikan Rbeauty	51
4.1.2	Visi dan Misi Klinik Kecantikan Rbeauty Sidoarjo	52
4.1.3	Struktur Organisasi.....	53
4.1.4	Lokasi dan Tata Letak Klinik Kecantikan Rbeauty.....	56
4.1.5	Produk Klinik Kecantikan Rbeauty Sidoarjo	57
4.1.6	Data Informan.....	63
4.2	Hasil Penelitian.....	64
4.2.1	Analisis Hasil Wawancara.....	66
4.3	Pembahasan	83
4.3.1	Kelemahan Klinik Rbeauty	95
BAB V	PENUTUP	98

5.1	Kesimpulan	98
5.2	Rekomendasi.....	100
5.2.1	Bagi Klinik Kecantikan Rbeauty	101
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	101
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN		105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Rbeauty Skincare	51
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Klinik Kecantikan Rbeauty	54
Gambar 4. 3 Tata Letak Klinik Kecantikan Rbeauty dari Google Maps	56
Gambar 4. 4 Produk Paket Acne Platinum	57
Gambar 4. 5 Produk Paket Whitening Platinum.....	58
Gambar 4. 6 Produk Paket Body Whitening	59
Gambar 4. 7 Produk Luminous Golden Serum	60
Gambar 4. 8 Produk Translucent Brightening Serum	61
Gambar 4. 9 Produk Vita B Brightening Gel	61
Gambar 4. 10 Produk Pore Essence	62
Gambar 4. 11 Brightening Milky Peel off Mask Powder.....	63
Gambar 4.12 Dokumentasi kegiatan wawancara dengan Ibu Tsabitah selaku Manager Klinik Rbeauty.....	66
Gambar 4. 13 Billboard dari Klinik Rbeauty dalam melakukan periklanan .	66
Gambar 4. 14 Admin Whatsapp dari Klinik Rbeauty dalam melakukan promosi	68
Gambar 4. 15 Strategi komunikasi pemasaran publisitas melalui testimonial	71
Gambar 4. 16 Acara Beauty in Ramadhan oleh Rbeauty bersama peserta dan MUA	74
Gambar 4. 17 Dokumentasi kegiatan wawancara dengan Ibu Ainun selaku Staff Pemasaran Klinik Rbeauty	76
Gambar 4. 18 Pemasaran interaktif di Instagram dengan cara giveaway.....	78
Gambar 4. 19 Produk Anti-Aging	91
Gambar 4. 20 Acara Beauty in Ramadhan oleh Rbeauty bersama peserta dan MUA	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3. 1 Karakteristik Informan	42
Tabel 3. 2 Kriteria Informan Utama	45

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian	39
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Interview Guide	105
Lampiran 2 : Transkrip Wawancara	107
Lampiran 3 : Transkrip Wawancara	111
Lampiran 4 : Dokumentasi	115
Lampiran 5 : Kartu Bimbingan.....	116
Lampiran 6 : Lembar Revisi Ujian Skripsi Penguji.....	131
Lampiran 6 : Lembar Revisi Ujian Skripsi Penguji 2	132
Lampiran 6 : Lembar Revisi Ujian Skripsi Penguji 3	133
Lampiran 7 : Hasil Turnitin	134