

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS STRATEGI PELAYANAN DAN KOMUNIKASI DALAM UPAYA MEMBANGUN LOYALITAS KONSUMEN DI BANG NAGA BARBERSHOP**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1)



**Oleh :**

Muhammad Gilang Radifan Salman  
17.96.0080

**Dosen Pembimbing:**

Wiwid Adiyanto, S.I.Kom., M.I.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2022**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**ANALISIS KUALITATIF STRATEGI PELAYANAN DAN KOMUNIKASI  
DALAM UPAYA MEMBANGUN LOYALITAS KONSUMEN DI BANG  
NAGA BARBERSHOP**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar

Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:

**Muhammad Gilang Radifan Salman**

**NIM. 17.96.0080**

Menyetujui



**Wiwid Adiyanto, S.I.Kom., M.I.Kom**

NIK. 190302477

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi

**Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom**

NIK. 190302125

**Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng**

NIK. 190302107

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Muhammad Gilang Radifan Salman

NIM : 17.96.0080

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial

Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 10 Januari 2022

Yang Memberikan Pernyataan



Muhammad Gilang Radifan Salman

NIM. 17.96.0080

## HALAMAN MOTTO

*” Fight and push harder for what you believe in, you'd be surprised, you are much stronger than you think.”*

(Lady Gaga)

*“ Allah SWT tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya.”*

(QS Al-Baqarah:286)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT untuk setiap anugerah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi saya. Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Caca, Ibu Susi, Ayah Basuki, Alm. Eyang Sri Hariyati, Alm. Adrian, Alm. Tante Reny Deasy, Irfan, Ahmad Fauzi, Bapak Bambang, Ibu Titik dan beserta segenap keluarga yang telah memberikan dukungan dan doa untuk kelancaran dalam menempuh kuliah serta dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Dosen pembimbing skripsi Bapak Wiwid Adiyanto, S.I.Kom., M.I.Kom terima kasih atas bimbingan dalam pengerjaan skripsi, terutama untuk masukan, kritik dan motivasi dari awal pengerjaan hingga skripsi ini selesai.
3. Segenap sahabat-sahabat saya: Arjuna Fatah Rhomadhan Nuzulul Qur'an, Kecubung Familia (Agung, Reza, Nanda, Ikhsan, Rara, Kevin, Devi, Fikri), Konco Kenthel Sahabat (Rizki, Nada, Okti, Dinta, Nanda, Mayza, Fegy, Ike, Irma, Rima, Frifia, Mia, dan April), Ilham Muhammad Rifky, Afdalais Falik Futuh, Akid Ulinnuha, MCTornado (Aldin, Anggiya, Mellinda), Kafa Medika Group, Yohanes Giovano Rivaldi Batistuta, Januar Gelar Wijanarko, Farid Umar Fajar serta teman-teman IK-01 dan seluruh S1-Ilmu Komunikasi 2017 terima kasih atas dukungan, motivasi serta telah menjadi tempat bertukar ilmu, pengalaman, mengajarkan arti persahabatan dan nasihat dari awal pertemuan hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada informan skripsi saya, Gengky Kurniawan Sinaga, S.E. dan Muhammad Khevindra Fauzan, S.E. terima kasih atas kesempatan dan rasa percaya kalian kepada saya, berkat kalian saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Terakhir, saya ingin mengucapkan terima kasih serta apresiasi penuh kepada diri saya sendiri yang telah berani berjuang menyelesaikan satu tantangan besar serta tidak menyerah walaupun segalanya tidaklah mudah; *kamu hebat, Lang!*

## ABSTRAK

Pelayanan merupakan salah satu tolak ukur konsumen dalam berlangganan pada suatu jasa atau produk tertentu. Hal ini berdasarkan empat tolak ukur seperti yang dikemukakan Kotler, et al., (1996): keluhan dan saran, *ghost shopping*, analisa mantan pelanggan, dan survey kepuasan pelanggan. Adanya kombinasi antara kepuasan dan keluhan maka terciptanya suatu komitmen konsumen terhadap produk atau jasa tertentu atau dapat disebut dengan loyalitas. Peneliti menemukan sebuah fenomena *barbershop* yang berlokasi tak lazim dan waktu operasional yang relatif singkat namun memiliki pelanggan yang sangat loyal. Peneliti kemudian mulai meneliti Bang Naga Barbershop dengan observasi, wawancara pra-reset, dan wawancara mendalam dengan pemilik. Penelitian ini berlandaskan teori *personal selling* oleh Philip Kotler dan teori pertukaran sosial oleh George C. Homans yang dianalisis menggunakan metode fenomenologi bersudut pandang konstruktivistis atau interpretatif serta berjenis kualitatif. Hasil temuan menemukan bahwa Bang Naga selaku pemilik menjalin keakraban dengan pelanggan hanya saat pelanggan menggunakan jasa miliknya yang didukung kualitas hasil cukur dan fasilitas *barber* yang membuat pelanggan menjadi loyal sedangkan bagi pelanggan, Bang Naga mengerti bentuk cukur rambut yang tepat bagi mereka. Berdasarkan hal dapat disimpulkan bahwa fenomena loyalitas di Bang Naga Barbershop berasal dari kepuasan terhadap pelayanan yang menggunakan pendekatan secara *personal selling* yang menciptakan ketergantungan antara pelanggan dan pelaku usaha. Peneliti melihat potensi yang dapat dikembangkan oleh *barber* ini dengan mengikuti *sponsorship* pada *event-event* tertentu serta untuk penelitian selanjutnya untuk menggunakan teori *Relationship Marketing Strategy* karena lebih dapat menjelaskan mengenai tahapan merawat hubungan dengan pelanggan.

**Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Personal Selling, Teori Pertukaran Sosial, Fenomenologi , Bang Naga Barbershop**

## ABSTRACT

*Service is one of the benchmarks of consumers in subscribing to a particular service or product. This is based on four benchmarks as proposed by Kotler, et al., (1996): complaints and suggestions, ghost shopping, analysis of former customers, and customer satisfaction surveys. The combination of satisfaction and complaints creates a consumer commitment to certain products or services or can be called loyalty. Researchers found a barbershop phenomenon that is located in an unusual location and has a relatively short operational time but has very loyal customers. The researcher then began to research Bang Naga Barbershop by observation, pre-reset interviews, and in-depth interviews with the owner. This research is based on the personal selling theory by Philip Kotler and social exchange theory by George C. Homans which is analyzed using a phenomenological method from a constructivist or interpretive point of view and qualitative. The findings found that Bang Naga as the owner establishes intimacy with customers only when customers use his services which are supported by quality shaving results and barber facilities that make customers loyal while for customers, Bang Naga understands the right form of haircut for them. Based on this, it can be concluded that the phenomenon of loyalty at Bang Naga Barbershop comes from satisfaction with services that use a personal selling approach that creates a dependence between customers and business actors. Researchers see the potential that can be developed by this barber by participating in sponsorship at certain events and for further research to use Relationship Marketing Strategy theory because it can better explain the stages of maintaining relationships with customers.*

**Keywords:** *Marketing Communication, Personal Selling, Social Exchange, Phenomenology, Bang Naga Barbershop*

## KATA PENGANTAR

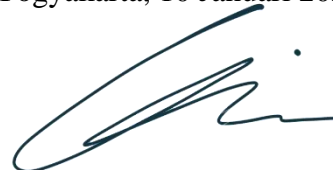
Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan dari Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta
4. Wiwid Adiyanto, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing
5. Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Wali
6. Bapak/ Ibu dosen, staff, dan karyawan Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bantuan yang bermanfaat.

Saya menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini masih terdapat banyak keterbatasan serta masih jauh dari kata sempurna, oleh karenanya saya memohon maaf apabila terdapat kekurangan dan menerima segala bentuk kritik serta saran. Harapannya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagiku dan berbagai pihak yang membutuhkan. Terima Kasih.

Yogyakarta, 10 Januari 2022



Muhammad Gilang Radifan Salman  
NIM. 17.96.0080

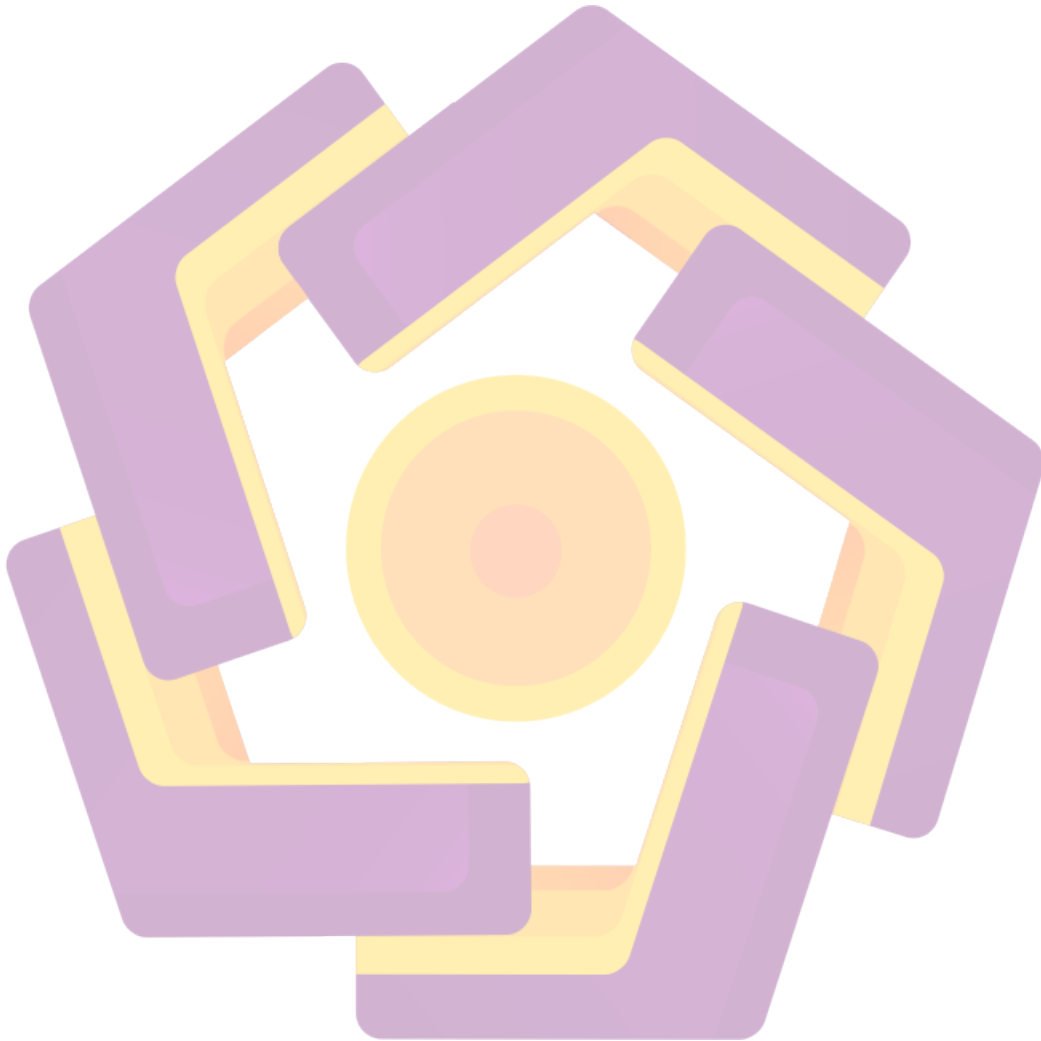


## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori.....	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Berpikir.....	18
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>19</b>
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Objek Penelitian.....	22
3.3 Subjek Penelitian.....	23
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6 Teknik Analisis Data.....	27
3.7 Triangulasi Data.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.2 Pembahasan.....	40
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>45</b>
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Kerangka Berpikir.....	18
Gambar 2.1 Bagan Analisis Data.....	29
Gambar 2.2 Bagan Triangulasi Data.....	31



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Subjek Penelitian .....	23
Tabel 2.1 Pernyataan Penting Informan 1.....	71
Tabel 2.2 Pernyataan Penting Informan 2.....	73
Tabel 2.3 Pernyataan Penting Informan 3.....	75

