

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LAUNDRY COIN SPIN & BREW
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Program
Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh

NAMA: Aqil Athallah Bhagaskara

NIM: 18.96.0850

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LAUNDRY COIN SPIN & BREW
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh

NAMA: Aqil Athallah Bhagaskara

NIM: 18.96.0850

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LAUNDRY COIN SPIN &
BREW DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**

Yang disusun dan diajukan oleh

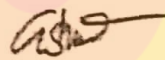
Aqil Athallah Bhagaskara

18.96.0850

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal: 19 Desember 2023

Dosen Pembimbing



Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302445

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LAUNDRY COIN SPIN & BREW
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN

yang disusun dan diajukan oleh

Aqil Athallah Bhagaskara

18.96.0850

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 September 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302445



Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302360



Zahrotus Saidah, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302448



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 19 Desember 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom
NIK. 190302125

HALAMAN PERSYARATAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Aqil Athallah Bhagaskara
NIM : 18.96.0850

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LAUNDRY COIN SPIN & BREW
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**

Dosen Pembimbing :

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta

Yang Menyatakan,



MELEPAI
TEMPEL
44400774255135

Aqil Athallah Bhagaskara

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan terima kasih dan rasa syukur kehadirat Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga senantiasa diberikan kesehatan jasmani maupun rohani. Dengan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Laundry Coin Spin & Brew Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”.

Dalam kesempatan ini, izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, memberi motivasi, nasehat, partisipasi, bimbingan kepada penulis, baik dalam pelaksanaan kerja praktik maupun penyusunan tugas akhir ini. Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Orang tua saya, yakni Andi Triatmo dan Herlinda, kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan saya dari rumah.
2. Dosen pembimbing saya Kadek Kiki Astria, S.I. Kom., M.A yang terus memberi motivasi saya supaya mengerjakan lebih giat.
3. Dosen wali pembimbing, ibu Sheila Giza Pudrianisa, M.I. Kom, yang mendukung penulis dalam mengerjakan penelitian.
4. Dosen-dosen dan Para Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi penulis ucapkan banyak terimakasih telah memberikan ilmu pengetahuan yang dapat membawa penulis ke jenjang selanjutnya, serta banyak terima kasih dan bantuannya selama penulis menjalani masa perkuliahan.
5. Sahabat, kekasih, serta teman – teman penulis yang selalu memberikan dukungan moril kepada penulis.

Yogyakarta, 19 September 2023

Penulis,



Aqil Athallah Bhagaskara

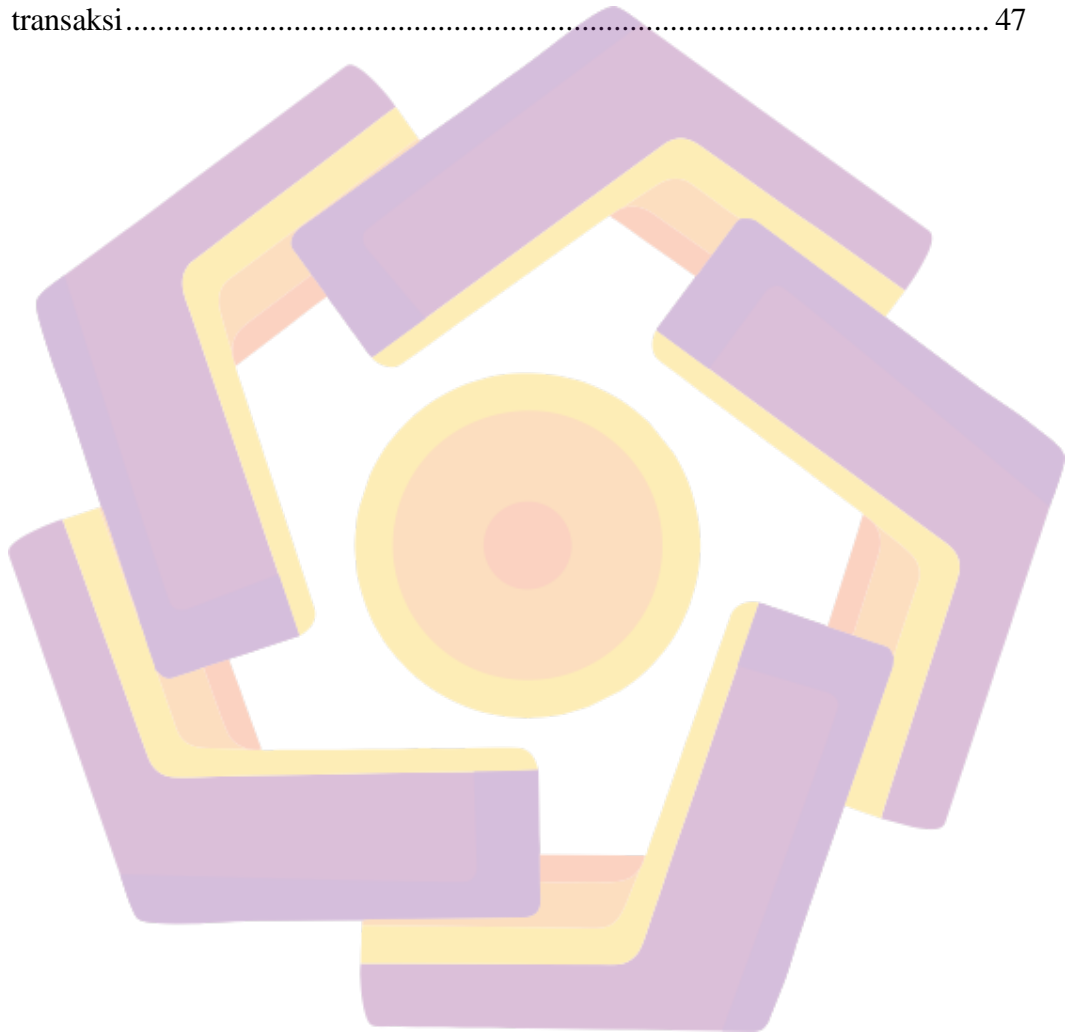
DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	11
LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Studi Literatur.....	11
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	13
2.2.2 Bentuk Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.3 Definisi Strategi Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.4 Tahapan Penyusunan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	17

2.2.5 Definisi Loyalitas Pelanggan.....	19
2.2.6 Ukuran Loyalitas Pelanggan.....	20
2.2.7 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	21
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian	24
3.1.1 Metode Penelitian	24
3.1.2 Teknik Analisis Data	26
3.1.3 Sumber Data.....	29
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.1 Observasi	31
3.3.2 Wawancara	31
3.3.3 Triangulasi Data.....	32
3.3.4 Dokumentasi	33
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil Observasi dan Wawancara	35
4.1.1 Hasil Observasi	35
4.1.2 Hasil Wawancara.....	36
4.2 Pembahasan	39
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Laundry Coin Spin & Brew Dalam Meningkatkan Loyalitas.....	39
4.2.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan Terhadap Penggunaan Jasa Laundry	44
BAB V.....	48
PENUTUP.....	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	52

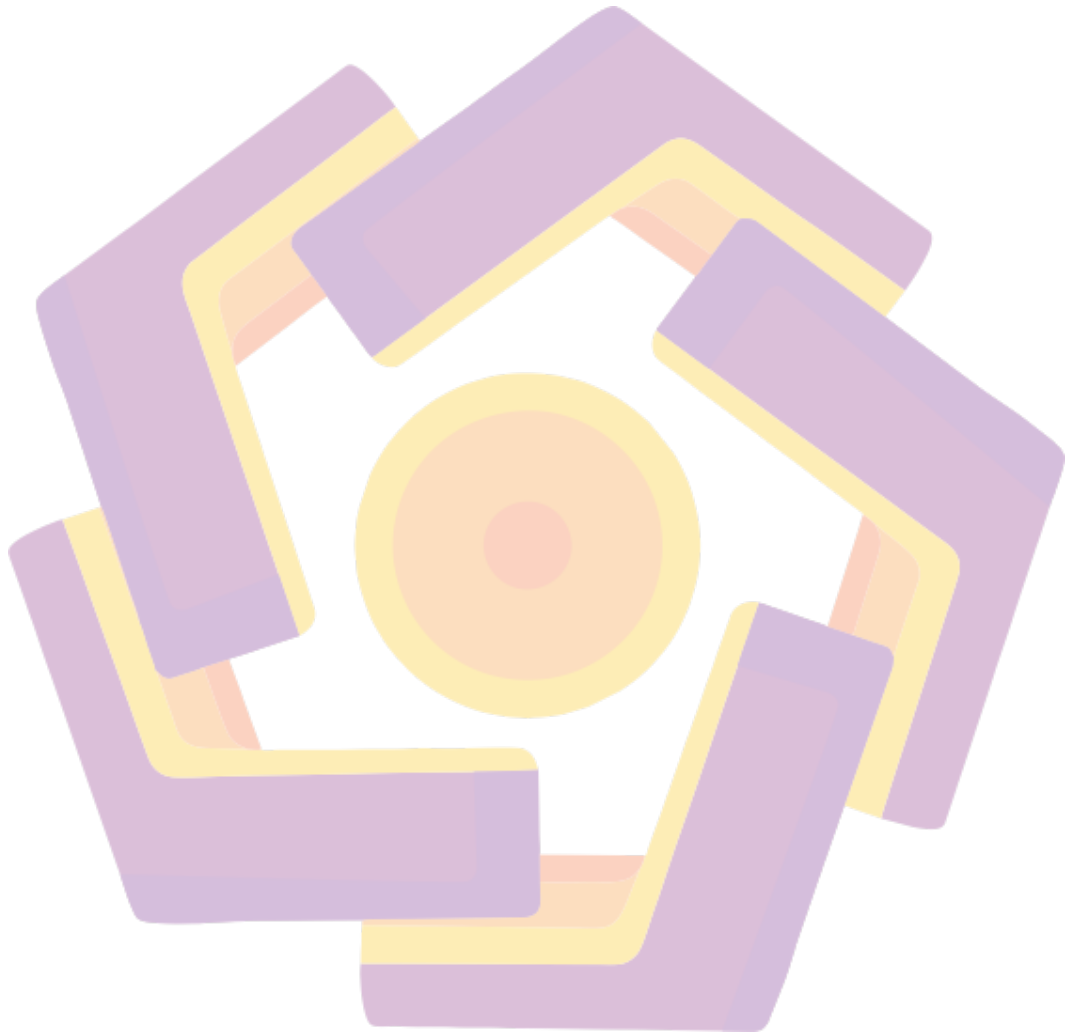
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2.2 Kerangka Konsep	23
Tabel 4.1 Nama Pelanggan Laundry Coin Spin & Brew yang rutin melakukan transaksi.....	47



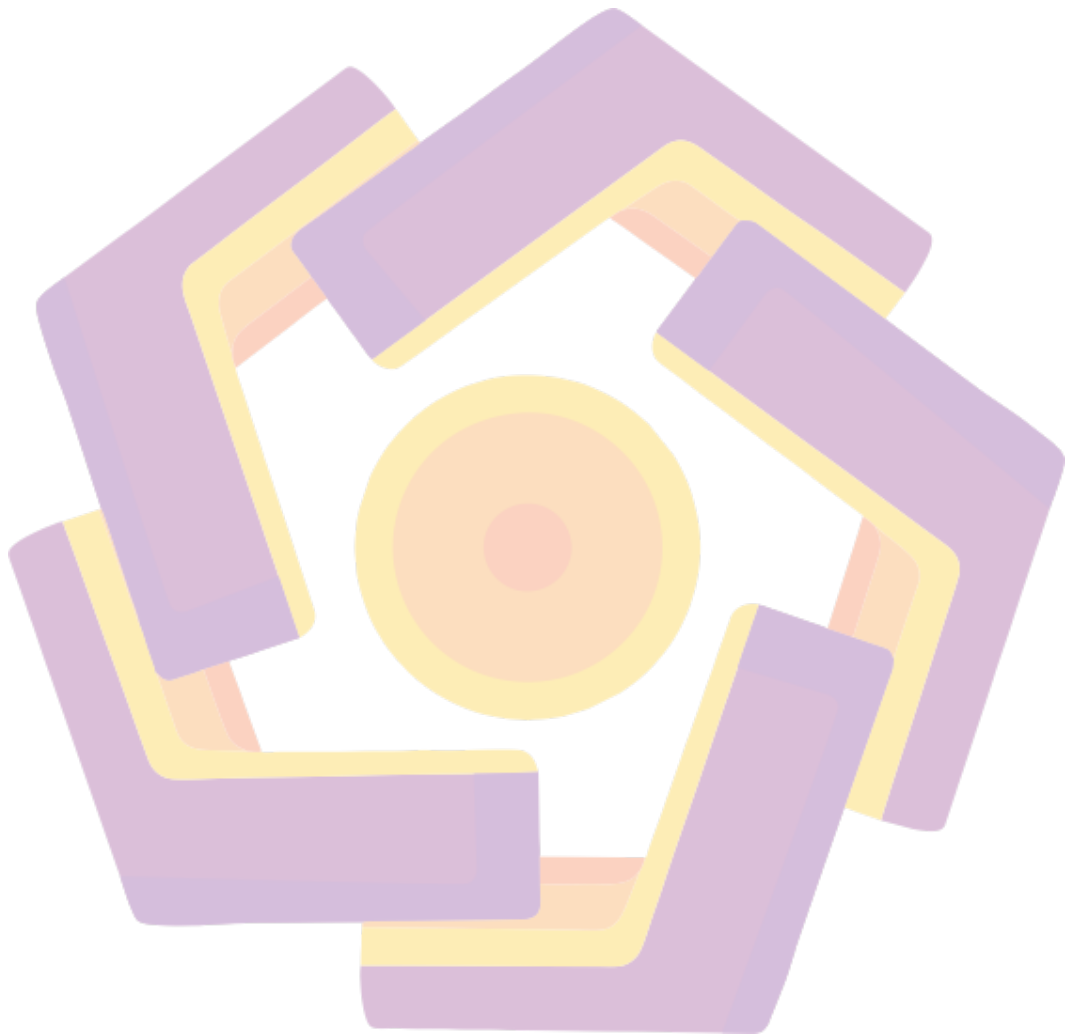
DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Komponen Dalam Analisis Data.....	27
Gambar 3.1 Hasil Dokumentasi Jumlah Pelanggan yang Paling Banyak Melakukan Transaksi	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 & 2. Bukti Wawancara.....	53
Lampiran 3. Data Konsumen.....	54



INTISARI

Komunikasi merupakan salah satu sarana terpenting dalam suatu bisnis maupun perusahaan. Selain komunikasi, strategi pemasaran juga sangat dibutuhkan dalam meningkatkan mutu dan menjadi acuan bagi sebuah bisnis untuk memperoleh hasil sesuai dengan apa yang diinginkan. Laundry Coin Spin & Brew sudah berdiri sejak tahun 2021 dimana tentunya sudah memiliki konsumen maupun pelanggan yang banyak karena menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang sesuai. Alasan didirikannya Laundry Coin Spin & Brew agar para masyarakat sekitar dapat menggunakan jasa *laundry* ini dengan tujuan untuk lebih hemat biaya, mencegah cucian tertukar dan hilang. Penelitian yang penulis lakukan adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran seperti apa yang sudah diterapkan Laundry Coin Spin & Brew dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yang pada akhirnya konsumen tersebut akan melakukan *repeat order*. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan metode wawancara, observasi dokumentasi dan triangulasi data yang akan menghasilkan data penelitian dan kemudian data tersebut diolah menggunakan teknik analisis kualitatif. Hasil dari penelitian ini bahwa komunikasi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh Laundry Coin Spin & Brew yang pertama adalah menggunakan *platform* media sosial seperti *instagram*, *whatsapp*, dan *facebook* dalam mempromosikan iklan. Yang kedua, dengan memberi kualitas pelayanan salah satunya berupa layanan antar jemput cucian secara gratis dan pelanggan dibebaskan untuk memilih pewangi pakaian sesuai dengan selera pelanggan. Selain itu, para karyawan harus tetap menjaga komunikasi terhadap konsumen jika suatu saat memberikan *complain* dan selalu mengevaluasi apa yang dikeluhkan konsumen. Ada beberapa jenis kegiatan pemasaran yang penting digunakan pada sebuah perusahaan untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Kedepannya laundry tersebut akan menambahkan *interest* masyarakat melalui platform sosial media, seperti menggugah konten sebagai bentuk usaha agar memikat pelanggan. Kemudian mengadakan promo di setiap bulannya dan merekomendasikan kepada orang lain

Kata kunci: Komunikasi pemasaran, Loyalitas Pelanggan, Laundry Coin Spin & Brew.

ABSTRACT

Communication is one of the most important tools in a business or company. In addition to communication, marketing strategies are also needed to improve quality and become a reference for a business to obtain results according to what is desired. Laundry Coin Spin & Brew has been established since 2021 where of course it already has a lot of consumers and customers because it implements an appropriate marketing communication strategy. The reason for the establishment of Laundry Coin Spin & Brew is so that the local community can use this laundry service with the aim of being more cost-effective, preventing laundry from being mixed up and lost. The research that the writer did was to find out what kind of marketing communication strategies have been implemented by Laundry Coin Spin & Brew in increasing customer loyalty which in the end these consumers will make repeat orders. This research uses a descriptive research type with interviews, observations and documentation which will produce research data and then the data is processed using qualitative analysis techniques. The results of this study are that marketing communications in increasing customer loyalty are carried out by Laundry Coin Spin & Brew. The first is to use social media platforms such as Instagram, WhatsApp, and Facebook in promoting advertisements. Second, by providing satisfactory service quality. In addition, employees must maintain communication with consumers if one day they give a complaint and always evaluate what consumers are complaining about. There are several types of important marketing activities used in a company to increase consumer loyalty. According to (Kotler K. K., 2011), there are four important types of marketing activities that companies use to increase loyalty, namely: personalizing marketing, winning back, developing loyalty programs and creating institutional bonds. In the future, the laundry will increase public interest through social media platforms, such as posting content as a form of business to attract customers. Then hold promos every month and recommend to others

Keywords: Marketing communication, Customer Loyalty, Laundry Coin Spin & Brew.