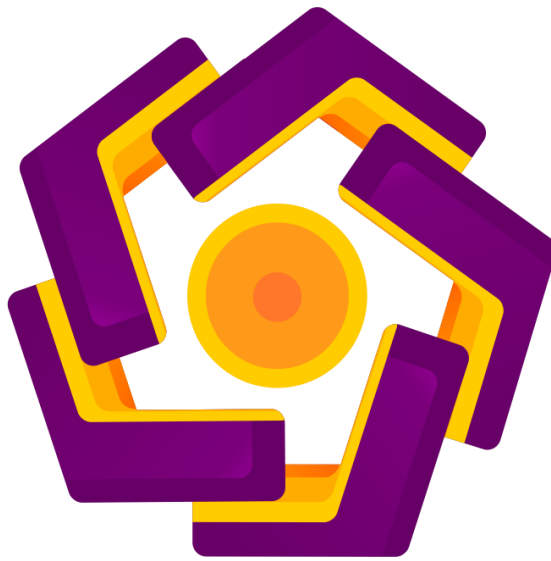


**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV. SARWO ONO DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

SKRIPSI



Disusun oleh :

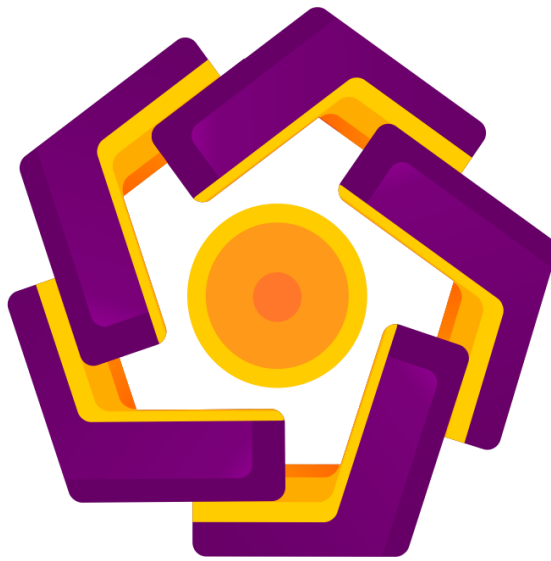
Muhammad Wahyu Rofi'ul Anam

21.96.2779

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV. SARWO ONO DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

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



Disusun oleh :

Muhammad Wahyu Rofi'ul Anam

21.96.2779

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV. SARWO ONO DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Wahyu Rofi'ul Anam
21.96.2779

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 25 Mei 2024

Dosen Pembimbing,



Erfina Nurussa'adha, S.Kom.I., M.I.Kom.

NIK. 190302361

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV. SARWO ONO DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Wahyu Rofi'ul Anam
21.96.2779

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 20 Juni 2025

Nama Penguji

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

Devi Wening Astari M.I.Kom
NIK. 190302655

Erfina Nurussa'adah, S.Kom.I., M.I.Kom
NIK. 190302361

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
20 Juni 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 15 Juli 2025



Muhammad Wahyu Rofi'ul Anam

NIM. 21.96.2779

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan yang Maha Esa, atas limpahan rahmat, kasih sayang dan kekuatan-Nya, Akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan dengan segenap hati kepada:

1. Kepada Ibu Munhamiroh, yang selalu percaya bahwa anak satu-satunya bisa meraih apa yang diimpikan, membela dan memberi kasih sayang dengan sepenuh hati. Terima kasih untuk segala cinta, doa, dan dukungan yang selalu di berikan kepada saya. Skripsi ini saya persembahkan untuk Ibu sebagai tanda terima kasih atas pengorbanannya.
2. Kepada Bapak Trisno Utomo, yang telah bekerja keras demi menghidupi keluarga kecil yang dibangun bersama, memberi materi serta doa untuk kesuksesan saya. Terima kasih telah mendidik, memotivasi, serta memberikan pengorbanan yang tak ternilai jumlahnya.
3. Kepada Nenek Suratmini, terima kasih atas dukungan, doa, dan pengorbanan yang tiada henti untuk cucunya.
4. Kepada teman-teman seperjuangan saya, khususnya LBH (Lembaga Badan Haha-Hihi). Terima kasih atas setiap canda tawa, doa, dukungan, dan kebaikan yang diberikan selama kuliah. Terima kasih atas setiap momen yang tidak akan pernah dilupakan, sehingga perjalanan ini terasa lebih menyenangkan dan penuh makna.
5. Kepada diri saya sendiri yang telah mampu berada dititik ini. Terima kasih telah kuat untuk tumbuh, berkembang, dan mampu berjuang untuk masa depan yang saya inginkan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga penulis 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 penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Rivga Agusta, S.IP., M.A., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Erfina Nurrusa'adah, S.Kom.I., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing
5. Keluarga besar dan teman 21 Ilmu komunikasi 08 yang telah berkenan untuk membantu dan mendukung pada masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini merupakan hasil dari proses panjang yang saya jalani, dan saya sadar bahwa masih banyak kekurangan di dalamnya. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pembaca

Yogyakarta, 01 Juli 2025



(Muhammad Wahyu Rofi'ul Anam)

NIM. 21.96.2779

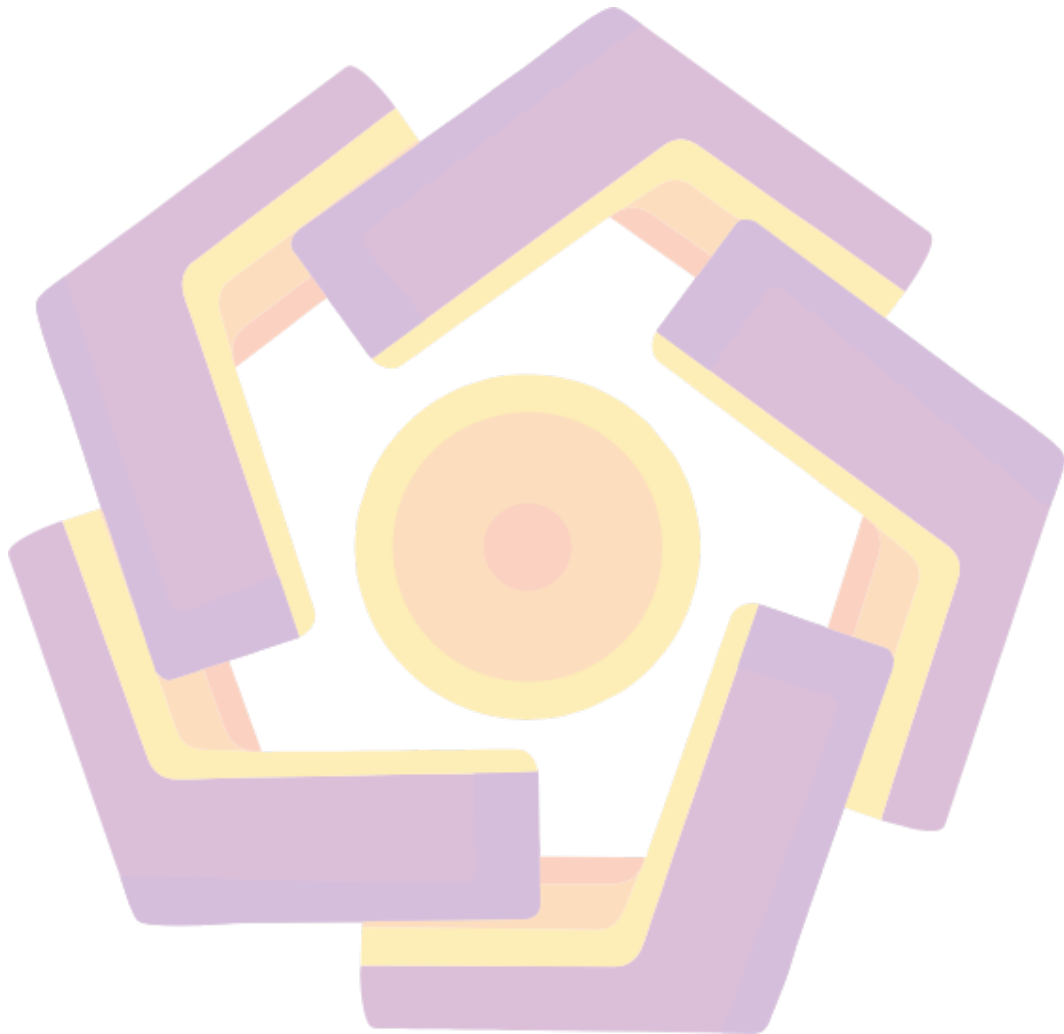
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Batasan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
1.6 Sistematika Penulisan Bab	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Strategi Komunikasi	12
2.2.2 Loyalitas Pelanggan.....	13
2.2.3 Bauran Pemasaran 4P	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	16
3.1 Paradigma Penelitian.....	16
3.2 Pendekatan Penelitian	16
3.3 Metode Penelitian.....	17
3.4 Subjek Dan Objek Penelitian	17
3.4.1 Subjek Penelitian	17

3.4.2 Objek Penelitian	18
3.5 Teknik Pengambilan Data	18
3.5.1 Observasi	18
3.5.2 Wawancara	18
3.5.3 Dokumentasi.....	19
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	20
3.7 Teknik Analisis Data.....	20
3.7.1 Reduksi Data	20
3.7.2 Penyajian Data.....	20
3.7.3 Penarikan Kesimpulan.....	21
3.8 Teknik Keabsahan Data	21
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Profil Informan.....	22
4.1.1 Slamet Makruf	22
4.1.2 Tri Ana Dewi Wayanti S.Pd.	22
4.1.3 Dani Hermawan S.Pd.	23
4.2 Hasil Temuan	23
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	24
4.2.2 Loyalitas Pelanggan CV. Sarwo Ono	31
4.2.3 Bauran Pemasaran 4P	35
4.3 Pembahasan.....	44
BAB V PENUTUP	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	52
5.2.1 Saran Akademis.....	52
5.2.2 Saran Praktis	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
---------------------------------------	---

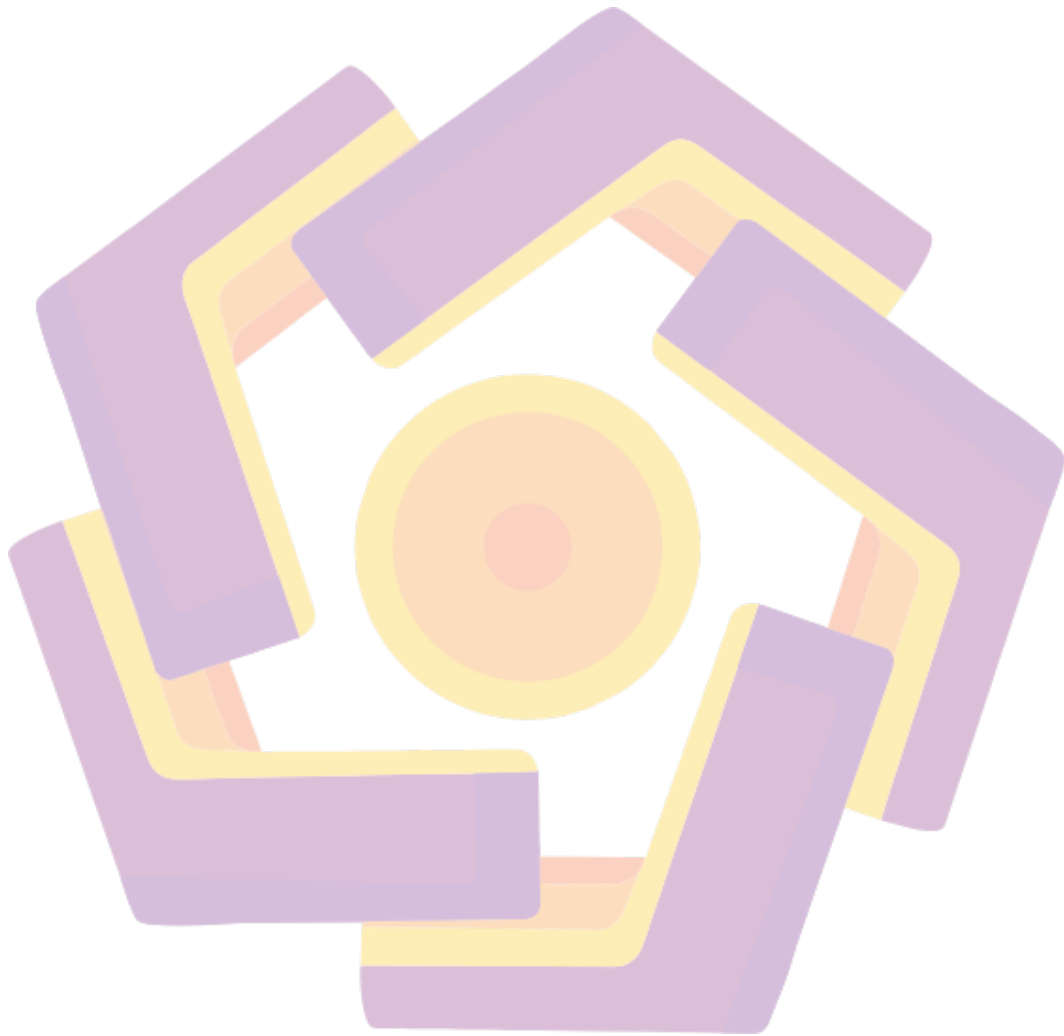


DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Data Berlangganan Korwil Mgl-Tmg-Sltg-Smg	4
Bagan 1. 2 Pembelian sarana dan prasarana tahun ajaran 2023-2024	6
Bagan 2. 1 Kerangka Konsep	16
Bagan 4. 1 Profil Perusahaan.....	26
Bagan 4. 2 Dokumentasi Penyerahan Barang ke Pelanggan	28
Bagan 4. 3 Dokumentasi Pelayanan Uji Coba Barang	32
Bagan 4. 4 Dokumentasi Pemasangan Barang	33
Bagan 4. 5 Dokumentasi Bukti Nota dengan Pelanggan	34
Bagan 4. 6 Dokumentasi Komunikasi dengan Pelanggan	35
Bagan 4. 7 Dokumentasi Produk	38
Bagan 4. 8 Dokumentasi Chat dengan Pelanggan	40
Bagan 4. 9 Dokumentasi Chat dengan Pelanggan	41
Bagan 4. 10 Profil CV. Sarwo Ono Pada Website SIPLah	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara	57
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	60



ABSTRAK

CV. Sarwo Ono merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang pengadaan barang dan jasa. Bergerak pada ranah institusi pendidikan khususnya sekolah dasar yang berada di wilayah Magelang dan sekitarnya. Pada penelitian ini berfokus pada objek penelitian dengan rumusan masalah “bagaimana strategi yang dilakukan CV. Sarwo Ono dalam mempertahankan loyalitas pelanggan?”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui strategi pada yang dilakukan oleh CV. Sarwo Ono sebagai upaya dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif supaya dapat menganalisis strategi komunikasi pemasaran secara mendalam dan apa adanya melalui beberapa metode yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi pada proses pengumpulan data dan selama penelitian berlangsung. Melalui teori bauran pemasaran 4P, penelitian ini menjelaskan bagaimana strategi yang dilakukan oleh CV. Sarwo Ono. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan CV. Sarwo Ono dengan mengutamakan pelayanan yang berkualitas, melalui produk yang memenuhi standar dan distribusi efektif SIPLah, dengan promosi sederhana melalui *Whatsapp* dan mulut ke mulut. Loyalitas pelanggan terbentuk karena adanya rasa dihargai dan dilayani dengan baik. Keberhasilan ini merupakan kunci utama CV. Sarwo Ono dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: CV. Sarwo Ono, Loyalitas Pelanggan, Strategi Komunikasi Pemasaran

ABSTRACT

CV. Sarwo Ono is a company engaged in the procurement of goods and services. operates in the realm of educational institutions, especially elementary schools in Magelang area and surroundings. This study focuses on the object of research with the formulation of the problem "what is the strategy used by CV. Sarwo Ono in maintaining customer loyalty?". The purpose of this study is to find out the strategy used by CV. Sarwo Ono as an effort to maintain customer loyalty. This study uses a descriptive qualitative approach in order to analyze marketing communication strategies in depth and as they are through several methods, observation, interviews, and documentation in the data collection process and during the research. Through the 4P marketing mix theory, this study explains the strategy used by CV. Sarwo Ono. The results of this study indicate that the strategy used by CV. Sarwo Ono prioritizes quality service, through products that meet standards and effective distribution of SIPLah, with simple promotions via WhatsApp and word of mouth. Customer loyalty is formed because of a sense of being appreciated and served well. This success is the main key to CV. Sarwo Ono in maintaining customer loyalty.

Keywords: CV. Sarwo Ono, Customer Loyalty, Marketing Communication Strategy.