

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Gordi HQ dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Dila Nazla Faizarachmat

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77943&lokasi=lokal>

Abstrak

Loyalitas pelanggan merupakan wujud kesetiaan pelanggan kepada produk atau jasa yang selama ini digunakan. Karena itu, pemilik usaha harus mempertahankan loyalitas pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami implementasi strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan Gordi HQ dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan teori Informasi Organisasi Karl Weick. Selain itu, juga menggunakan konsep komunikasi pemasaran dan loyalitas pelanggan. Pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan, wawancara mendalam, dan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gordi HQ menggunakan strategi komunikasi pemasaran terpadu dengan sepuluh pendekatan advertising, public relations, sales promotion, point of purchase, direct marketing, direct response, publicity, special events, packaging, dan interactive marketing. Dari sepuluh pendekatan ini yang paling efektif dan signifikan untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya adalah advertising, sales promotion, special event, point of purchase, dan direct marketing.