

ABSTRAK

Benito Dani Triatmojo (1301538), “**Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengguna Sim Card XL Axiata di My XL Forum)**”. Dibawah bimbingan Drs. Girang Razati, M.Si. dan Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.

Banyaknya produk sim card yang beredar di pasaran, menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih salah satu merek yang dianggap tepat. Untuk dapat mengurangi potensi pelanggan untuk memilih produk lain, perusahaan perlu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap mereknya. Solusi yang dapat dilakukan oleh perusahaan sim card di Indonesia agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan meningkatkan komunikasi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh (1) gambaran komunikasi pemasaran, (2) gambaran loyalitas pelanggan, dan (3) pengaruh komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan teknik sampel iterasi sebanyak 110 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur dengan alat bantu program SPSS 23.0 for Windows. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gambaran komunikasi pemasaran dalam kategori cukup tinggi, dan gambaran loyalitas pelanggan dalam kategori tinggi. Secara keseluruhan, komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dimensi komunikasi pemasaran yang memiliki pengaruh tertinggi terhadap loyalitas pelanggan adalah dimensi periklanan, sedangkan dimensi yang memiliki pengaruh terendah adalah penjualan secara langsung. Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan disarankan untuk meningkatkan komunikasi pemasaran terutama pada penjualan secara langsung. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan komunikasi pemasaran yaitu dengan menjual produk kepada konsumen secara langsung baik itu melalui acara ataupun kegiatan lainnya. Hal tersebut berguna untuk konsumen dalam mendapatkan informasi yang lebih jelas tentang produk maupun promosi yang sedang diadakan perusahaan. Sehingga, perusahaan juga mendapatkan informasi yang lebih jelas tentang keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

Benito Dani Triatmojo, 2018

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

Kata Kunci: Komunikasi pemasaran, Periklanan, Penjualan secara langsung, Loyalitas pelanggan, *Explanatory survey*, Analisis jalur

Benito Dani Triatmojo, 2018

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Benito Dani Triatmojo (1301538), “*The Effect of Marketing Communication on Customer Loyalty (Survey on XL Axiata Sim Card User In My XL Forum)*”. Guidance of Drs. Girang Razati, M.Si. and Dr. Puspo Dewi Dirgantari, M.T., M.M.

Increasing of sim card on the market, into consideration for consumers to choose one brand that is considered appropriate. In order to reduce the potential customers to choose another products, companies need to increase their customer loyalty. Solutions that can be done in order to increase customer loyalty is by improving marketing communication. The purpose of research are (1) description about marketing communication, (2) description about customer loyalty, (3) the effect of marketing communication on customer loyalty. This type of research is descriptive and verification. The method used is explanatory survey with itenary the total sample of 110 respondents. Data analysis technique used is path analysis with SPSS 23.0 for Windows. The outcome of this study indicate that the description of marketing communication is in high enough category, the description of customer loyalty is in high category. Overall, marketing communication have effect on customer loyalty. The marketing communication dimension that has the highest influence on customer loyalty is advertising, while the dimension that has the lowest influence personal selling. Based on the results of this study, companies are advised to enhance marketing communication on personal selling. Efforts that can be done to improve marketing communication is by selling products to consumers directly either through events or other activities. It is useful for consumers in getting more information about the product or promotion that is being held company. So that, the company can obtain clearer information about the desires and needs of its customers.

Keyword : *Marketing communication, Advertising, Personal selling, Customer loyalty, Explanatory survey, Path analysis*

Benito Dani Triatmojo, 2018

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu