

**BENTUK KOMUNIKASI DAN PROMOSI
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN INDOMARET
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Putri Dias Permata Hati
191110008**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**BENTUK KOMUNIKASI DAN PROMOSI
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN INDOMARET
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Putri Dias Permata Hati
191110008**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Putri Dias Permata Hati
NPM : 191110008
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Bentuk Komunikasi dan Promosi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Indomaret di Kota Batam”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah proposal penelitian ini digugurkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa paksaan dari siapapun.

Batam, 28-Juli-2023



Putri Dias Permata Hati

191110008

**BENTUK KOMUNIKASI DAN PROMOSI
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN INDOMARET
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

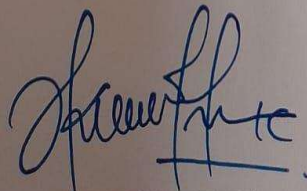
Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana

Oleh

Putri Dias Permata Hati
191110008

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 28-Juli-2023



Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si.

ABSTRAK

Ritel modern adalah cara perusahaan untuk memasarkan produk secara eceran kepada konsumen akhir untuk kebutuhan pribadi. Kota Batam merupakan salah satu kota yang memiliki izin untuk mendirikan bisnis ritel modern salah satunya adalah Indomaret. Dalam penelitian ini ditemukan permasalahan yaitu terdapat jumlah penurunan pelanggan dalam 3 tahun terakhir dari tahun 2020-2022 di 3 toko Indomaret Kota Batam. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan faktor penyebab penurunan jumlah pelanggan Indomaret dan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran dalam mempertahankan loyalitas pelanggan Indomaret di Kota Batam. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini memilih 6 narasumber yang terdiri dari 3 kepala toko dan 3 pelanggan Indomaret Cabang Batam. Analisis penelitian menggunakan uji *credibility* dan uji *transferability*. Hasil penelitian ini menemukan 5 faktor permasalahan pelayanan dan menyebabkan penurunan jumlah pelanggan Indomaret di Kota Batam serta strategi komunikasi pemasaran Indomaret dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Indomaret, Ritel, Komunikasi, Promosi, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACK

Modern retail is a way for companies to retail their products to end consumers for personal needs. Batam City is one of the cities that has a permit to establish a modern retail business, one of which is Indomaret. In this study, a problem was found, namely that there was a decrease in the number of customers in the last 3 years from 2020-2022 at 3 Indomaret stores in Batam City. The purpose of this research is to find the factors causing the decrease in the number of Indomaret customers and to describe marketing communication strategies in maintaining Indomaret customer loyalty in Batam City. This research method uses a qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews and documentation. This study chose 6 informants consisting of 3 shop heads and 3 customers of Indomaret Batam Branch. The research analysis used the credibility test and the transferability test. The results of this study found 5 factors of service problems and causes of a decrease in the number of Indomaret customers in Batam City as well as Indomaret's marketing communication strategy in maintaining customer loyalty.

Keywords: Indomaret, Retail, Communication, Promotion, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

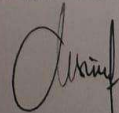
Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, peneliti menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam, Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si.
3. Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam
4. Dosen-dosen Prodi Ilmu Komunikasi
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
6. Orang tua peneliti, Bapak Aris Gunawan dan Ibu Diah Prihatin Handayani.
7. Suami peneliti, Rahman.
8. Teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam angkatan 2019
9. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 28-Juli-2023



Putri Dias Permata Hati

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ... Error! Bookmark not defined.	
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Teori Bauran Komunikasi Ritel Menurut Levy dan Weitz	8
2.1.2 Komunikasi	14
2.1.3 Komunikasi Pemasaran	17
2.1.4 <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC).....	20
2.1.5 Pelayanan Pelanggan.....	30
2.1.6 Loyalitas Pelanggan	31
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Konseptual	53
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Jenis Penelitian.....	55
3.1.1 Penelitian Deskriptif Kualitatif	55
3.1.2 Desain Penelitian	56

3.2	Objek Penelitian	57
3.3	Subjek Penelitian.....	57
3.3.1	Informan	57
3.3.2	Responden	58
3.4	Teknik Pengumpulan Data	58
3.4.1	Observasi.....	59
3.4.2	Wawancara	59
3.4.3	Dokumentasi.....	60
3.5	Metode Analisis.....	61
3.6	Uji Kredibilitas Data	62
3.6.1	Uji <i>Credibility</i>	62
3.6.2	Uji <i>Trasferability</i>	62
3.6.3	Uji <i>Dependability</i> dan <i>Conformability</i>	63
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Hasil Penelitian	65
4.1.1	Faktor Penyebab Penurunan Jumlah Pelanggan.....	65
4.1.2	Bentuk Komunikasi Indomaret	67
4.1.3	<i>Intergrated Marketing Communication (IMC)</i>	68
4.2	Pembahasan.....	83
BAB V KESIMPULAN.....		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		85
	Lampiran 1: Pendukung Penelitian	85

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Logo Indomaret	4
Gambar 2.1.1 6 Elemen Ritel Mix	8
Gambar 2.1.2 Proses Komunikasi	16
Gambar 2.1.3 Elemen Proses Komunikasi Pemasaran	18
Gambar 4.1.3.1 Banner Iklan Indomaret	69
Gambar 4.1.3.2 Atribut Promosi Indomaret	72
Gambar 4.1.3.2 Promosi PTW Indomaret	71
Gambar 4.1.3.4 CSR Indomaret Batam	73
Gambar 4.1.3.4 Kegiatan Penjualan Personal	76
Gambar 4.1.3.5 Aplikasi Indomaret Poinku	79
Gambar 4.1.3.5 Aplikasi I-Saku	77
Gambar 4.1.3.5 Aplikasi Klik Indomaret	80
Gambar 4.1.3.5 GO Indomaret Fresh Nongsa	82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.2 Data Jumlah Gerai Indomaret	5
Tabel 1.3 Data Jumlah Pelanggan Indomaret Batamindo	5
Tabel 1.4 Data Jumlah Pelanggan Indomaret Botania	6
Tabel 1.5 Data Jumlah Pelanggan Indomaret Legenda	6
Tabel 2.3 Kerangka Konseptual	54
Tabel 3.7 Jadwal Penelitian	64