

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV PALEM CRAFT JOGJA
DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN
DI YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

Candra Masyayuning Mataram

98530017

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 09 April 2013
Tempat : R. Multimedia IK
Dengan nilai :



Skripsi ini telah diterima sebagai salah Satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

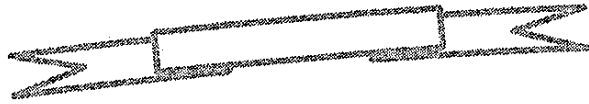
Tanggal : 23 Juli 2013

Aswad Ishak, S.IP., M.Si.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HALAMAN PERSEMBAHAN

- ❖ Sujud syukur kepada Allah SWT, atas nikmat yang Engkau berikan kepada hamba
- ❖ Ayah, Ibu, Mb Pipit, Bang Dhafi, Mb Lulu, dan ponakan-ponakanku (Athar dan Arsyah)
- ❖ Semua Pakde, Budhe, Om juga Bulik untuk semangat dan supportnya
- ❖ Almarhumah sepupuku Destiana kurniasari (makasih mb atas support dan omelannya)... akhirnya mb... semoga kamu bahagia disana, amin...
- ❖ Saudara-saudara sepupuku yang tidak bisa aku sebutkan satu-satu...
Thanks God I have so many cousin's....
- ❖ Yeti (Aboel) dan Asril, teman sekampus merangkap Om dan Bulik kecilku,
terimakasih atas semangat yang tidak pernah lupa sehabatku. Iq, Tari yang



***** { Q. S. Al-Insyirah Ayat 5-8 } *****
Dan hanya kepada Tuhan hendaklah kamu berharap.

Maka kerjakanlah urusan lainnya dengan sungguh-sungguh,
Maka apabila kamu telah menyelesaikan { suatu urusan },

Sesudah resultan terdapat remudahan,

... karena sesungguhnya, sesudah resultan terdapat remudahan,

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV PALEM CRAFT JOGJA DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN DI YOGYAKARTA” dimaksudkan untuk menggambarkan strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan handycraft, yaitu CV Palem Craft Jogja.

Penulis sadar bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itulah penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang tinggi kepada :

1. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si. sebagai pembimbing, atas segala kesedian waktu, bimbingan, perhatian, dukungan, dan kesabaran yang diberikan selama penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Tri Hastuti Nur R., S.Sos., M.Si. sebagai penguji I, atas ilmu, nasehat, arahan dan perhatian yang diberikan.
3. Ibu Muria Endah S., S.IP., M.Si. sebagai penguji II, atas ilmu, nasehat, arahan dan perhatian yang diberikan.
4. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang juga telah

memberikan dukungan serta bantuan kepada penulis selama penyusunan

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu saran dan kritik yang konstruktif selalu penulis harapkan dari berbagai pihak demi perbaikan lebih lanjut

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi pemasaran dalam membangun loyalitas pelanggan di Yogyakarta, subyek penelitian ini adalah CV Palem Craft Jogja, sebuah perusahaan yang bergerak dibidang ekspor handycraft. Penelitian ini bersifat deskriptif dan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan studi pustaka. Dari hasil penelitian terlihat bahwa CV Palem Craft Jogja telah mampu menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang efektif, misalnya lewat iklan, baik secara offline maupun online kemudian juga melalui pameran-pameran yang diikuti, baik didalam maupun di luar negeri. Loyalitas pelanggan juga terjaga dengan baik, terlihat dari data pelanggan yang diperoleh dari tahun 2005–2010 yang menunjukkan bahwa pelanggan lama tetap terlayani, dengan baik, dan pelanggan baru menunjukkan pertumbuhan.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Loyalitas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Kerangka Teori	5
E.1 Komunikasi Pemasaran	5
E.2 Loyalitas Pelanggan	9
F. Metode Penelitian	12
F.1 Lokasi penelitian	13
F.2 Teknik pengumpulan data	13
F.3 Pengolahan data	14

F.4	Metode penyajian data	14
F.5	Metode analisa data	15
II.	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	16
A.	Latar Belakang Perusahaan	16
A.1	Sejarah perusahaan	16
A.2	Logo dan motto CV Palem Craft Jogja	18
B.	Produk CV Palem Craft Jogja	19
B.1	Jenis Produk CV Palem Craft Jogja.....	19
B.2	Keunggulan Produk CV Palem Craft Jogja	22
B.3	Penjualan Produk CV Palem Craft Jogja	22
III.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
A.	Bauran Komunikasi Pemasaran pada CV Palem Craft Jogja	24
A.1	Iklan Media Massa dan Internet	24
A.2	Potongan Harga	26
A.3	Pameran	26
A.4	Pemasaran Melalui Website dan E-mail	28
B.	Data Pelanggan CV Palem Craft Jogja.....	30
B.1	Kategori Pembeli	30
B.2	Data Pelanggan	31
C.	33

IV. KESIMPULAN DAN SARAN	36
A. Kesimpulan	36
B. Saran-saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	45
A. Denah Lokasi CV Palem Craft Jogja	45
B. Struktur Organisasi Palem Craft Jogja	46
C. Hasil Wawancara Dengan CV Palem Craft Jogja	47