

ABSTRAK

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ODYSEN BARBERSHOP DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**

AKMAL HILALI

2017237007

Seiring perkembangan zaman yang kian pesat, didalam dunia pemasaran juga mengalami hal yang sama. Dengan bertambah canggihnya alat-alat pemasaran semakin mempermudah perusahaan dalam memasarkan produknya, demikian persaingan dalam dunia pemasaran juga semakin ketat, dalam hal ini barbershop juga termasuk kedalam perkembangan zaman tersebut. Odysen Barbershop adalah suatu perusahaan di bidang barbershop yang akan diteliti oleh penulis. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana Odysen Barbershop melakukan strategi komunikasi pemasaran guna untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas dari strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Odysen Barbershop dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Teori yang digunakan adalah teori dari bauran komunikasi pemasaran yang dimana dalam teori tersebut terdapat beberapa element pemasaran yang bertujuan untuk menarik pelanggan diantaranya adalah, advertising (periklanan), sales promotion (promosi penjualan), publicity atau humas, direct marketing (pemasaran langsung), dan personal selling (penjualan personal). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Dan menggunakan teknik wawancara mendalam (in-depth interview) yang dimana dalam teknik tersebut peneliti menggali informasi sedalam-dalamnya tentang strategi pemasaran yang dilakukan. Informan yang digunakan dalam penelitian ini ialah marketing dari Odysen Barbershop, barberman dari Odysen Barbershop, dan pelanggan Odysen Barbershop. Pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam, dokumentasi, studi kepustakaan. sedangkan analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan bauran komunikasi pemasaran, Odysen Barbershop membuat pelanggan yang lama menjadi loyal dan mendatangkan juga banyak pelanggan baru sehingga Odysen Barbershop dapat bertahan dan membuka banyak cabang untuk ekspansi bisnisnya agar sesuai dengan visi dan misi Odysen Barbershop itu sendiri.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran Odysen Barbershop, Loyalitas Pelanggan,

