

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, serta pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dari penelitian strategi komunikasi pemasaran di Klinik Kecantikan Stephanie Skin & Body Care Sepatan dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya, sebagai berikut :

Strategi komunikasi pemasaran yang berfokus dengan membangun hubungan personal dengan pelanggannya, membuat pelanggan Stephanie lebih merasakan adanya rasa nyaman, yang membuat pelanggan lebih ingin berlangganan di klinik kecantikan Stephanie Skin & Body Care Sepatan. Alasan kuat pelanggan dapat berlangganan di klinik kecantikan Stephanie Skin & Body Care Sepatan bergantung dari bagaimana hasil atau kecocokan dari produk atau perawatan dari klinik kecantikan Stephanie Skin & Body Care Sepatan. Sehingga harga yang relatif cukup tinggi, tidak menjadi dasar utama pelanggan yang berlangganan di klinik kecantikan Stephanie Skin & Body Care Sepatan.

Jadi upaya yang dilakukan Stephanie, dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya, yaitu dengan :

- Membangun komunikasi interpersonal yang kuat dengan pelanggannya.
- Memberikan pelayanan yang terbaik, tidak hanya sekedar mempromosikan saja, namun juga memperhatikan kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi untuk keluhan yang dialami.

Dilihat dari bagaimana hasil wawancara yang dilakukan peneliti, fokus utama setiap pelanggan klinik kecantikan Stephanie Skin & Body Care Sepatan ialah hasil dari pemakaian produk ataupun jasanya. Sehingga faktor lainnya itu menjadi nomor kesekian bagi pelanggan-pelanggan Stephanie. Di sertai dengan komunikasi interpersonal yang difokuskan oleh pemasar, juga keramahtamahan dari dokter, terapis, kasir, dan seluruh karyawan klinik kecantikan Stephanie Skin & Body Care Sepatan. Hal ini meningkatkan perasaan nyaman bagi pelanggannya dan menjadi nilai tambah bagi klinik kecantikan Stephanie Skin & Body Care Sepatan dalam mempertahankan kesetiaan pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang di dapat, dengan kesimpulannya pada penelitian ini, maka terdapat saran yang ingin diberikan peneliti dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Klinik Kecantikan Stephanie Skin and Body Care bisa melakukan upaya promosi yang mungkin lebih menarik minat pelanggan untuk dapat menjadi pelanggan tetap. Contohnya mungkin bisa memberikan salah satu layanan member, yang dimana pelanggan yang mendaftarkan diri untuk menjadi member Stephanie akan mendapatkan keuntungan-keuntungan yang berbeda, ketimbang pelanggan yang non-member.
2. Klinik Kecantikan Stephanie Skin and Body Care melakukan penelitian, untuk mengetahui ketidakcocokan yang di alami pelanggan yang tidak melakukan perawatan berulang di Stephanie cabang Sepatan.

Akhir kata, peneliti berharap, penelitian yang dilakukan peneliti pada judul Strategi Komunikasi Pemasaran Klinik Kecantikan Stephanie Skin & Body Care Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di Sepatan Tangerang, dapat memberikan banyak wawasan, serta referensi bagi masyarakat, khususnya mahasiswa/I untuk kedepannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Amin, W. (2008). *Dasar Dasar Customer Relationship. Management*. Jakarta: Harvarindo.
- David, F. (2004). *Manajemen Strategis: Konsep. Edisi ketujuh*.
- Griffin. (2005). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*.
- Jauch, L. R. (1989). *Manajemen Dan Strategis Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- magdalena, A. &. (1997). *Periklanan dalam perspektif komunikasi pemasaran*.
- Normawati, Y. (2013). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rosdakarya.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: ZAHIR
- Asmajasari, M. (1997). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT Index. kelompok Gramedia
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2002). *Perilaku Konsumen*.
- Arikunto, S. (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sukmadinata, S.N. (2005). *Metode Penelitian*. Bandung: PT remaja rosdakarya
- Skripsi**
- Rizki Apriliani. 2022. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Reta Beauty Clinic Kudus Dalam Upaya Meningkatkan Volume Pelanggan”. Universitas Islam Sultan Agung
- Putra Syah Pratama. 2022. “Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Kecantikan MS Glow Skincare Cabang Medan”. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
- Irma Fiyana. 2020. “Pengaruh Intensitas Komunikasi Interpersonal Klinik Atletika Skincare Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Universitas Subang
- Fauzia. 2021. “Komunikasi Pemasaran Produk Kecantikan Halal (Studi Azqjara Klinik Cantik Muslimah Di Kota Makassar”. Universitas Muhammadiyah Makassar

Keti Santiya. “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Wanita Pada Klinik Kecantikan Zidya Pratama Pekanbaru”. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Jurnal Nasional

Ishak, A., Dan Luthfi, Z. 2011. “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs”. Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 15, No. 1.

Hidayat, Rahmat. 2009. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai pelanggan terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank mandiri”. Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol. 5, No. 3.

Ferrinadewi, Erna. 2005. “Atribut produk yang dipertimbangkan dalam pembelian kosmetik dan pengaruhnya pada kepuasan konsumen di Surabaya”. Jurnal Manajemen dan kewirausahaan, hal 139-151.

Website

<https://katadata.co.id/safrezi/berita/61de8d9d4a987/komunikasi-adalah-definisi-unsur-dan-tujuannya>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2023 pukul 18.37

<https://fisip.umsu.ac.id/2021/12/01/teori-teori-komunikasi-menurut-para-ahli/>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2023 pukul 18.40

<https://bakai.uma.ac.id/2022/05/19/apa-itu-komunikasi-tujuan-dan-fungsinya/> Diakses pada tanggal 15 Maret 2023 pukul 18.43

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/05/120000469/komunikasi--pengertian-para-ahli-fungsi-tujuan-dan-jenis-jenisnya?page=all>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2023 pukul 19.03

<https://www.liputan6.com/hot/read/4502208/tujuan-komunikasi-pengertian-jenis-dan-fungsinya-yang-perlu-diketahui>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2023 pukul 19.30

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/08/130000769/komunikasi-pemasaran--pengertian-dan-tujuannya#:~:text=Komunikasi%20pemasaran%20adalah%20sarana%20untuk,yang%20dijual%20perusahaan%20atau%20organisasi>. Diakses pada tanggal 16 Maret 2023 pukul 19.07

<https://www.linovhr.com/komunikasi-pemasaran/>. Diakses pada tanggal 16 Maret 2023 pukul 19.34

<https://accurate.id/marketing-manajemen/komunikasi-pemasaran/>. Diakses pada tanggal 16 Maret 2023 pukul 19.39

<https://an-nur.ac.id/strategi-pengertian-jenis-perumusan-dan-tingkatan-strategi/#:~:text=Strategi%20adalah%20proses%20penentuan%20rencana,agar%20tujuan%20tersebut%20dapat%20dicapai.> Diakses pada tanggal 30 Maret 18.37

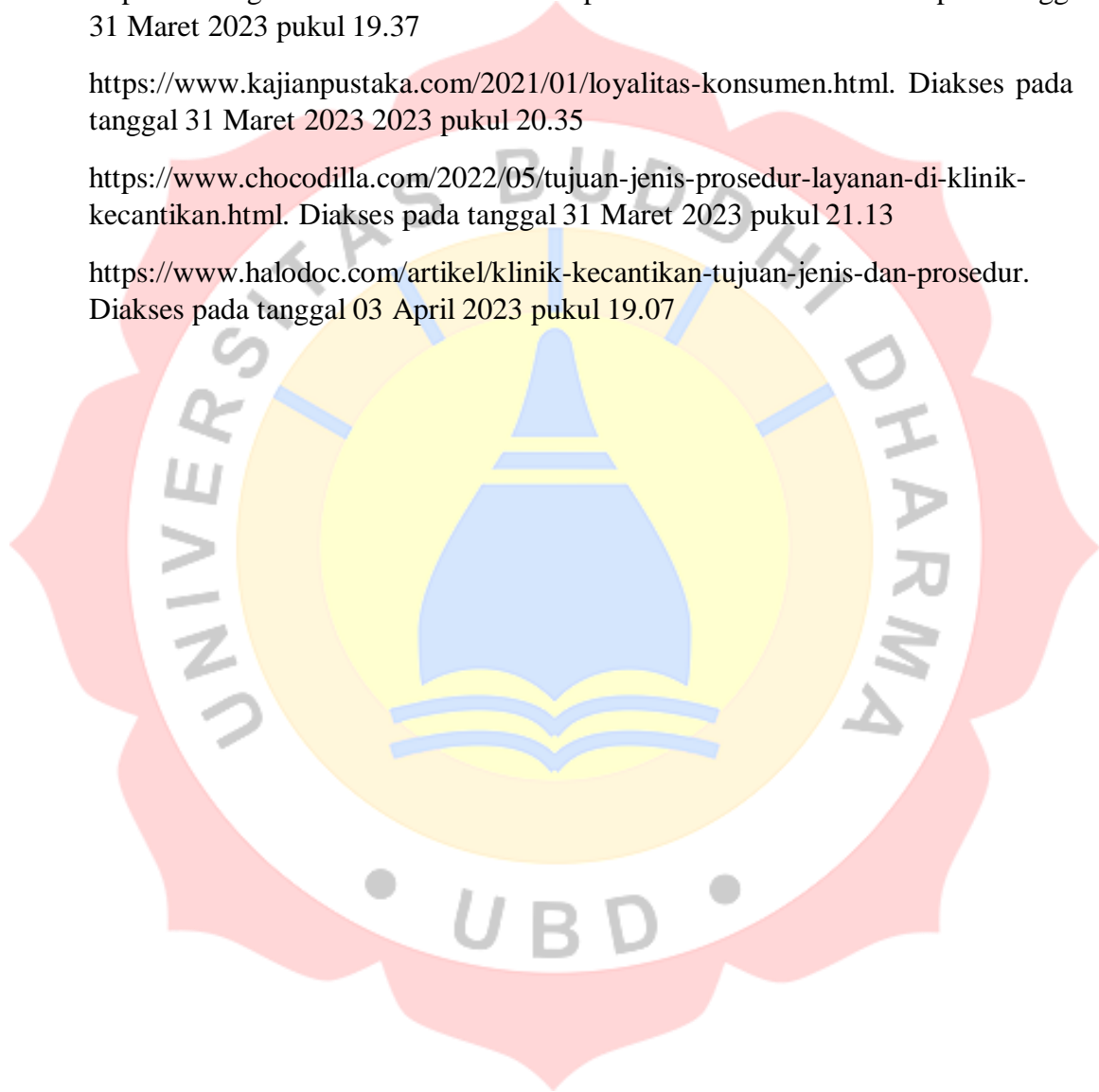
[https://bakai.uma.ac.id/2022/02/05/pengertian-strategi-tujuan-jenisnya/.](https://bakai.uma.ac.id/2022/02/05/pengertian-strategi-tujuan-jenisnya/) Diakses pada tanggal 30 Maret 2023 pukul 18.39

<https://www.gramedia.com/literasi/teori-perilaku-konsumen/> Diakses pada tanggal 31 Maret 2023 pukul 19.37

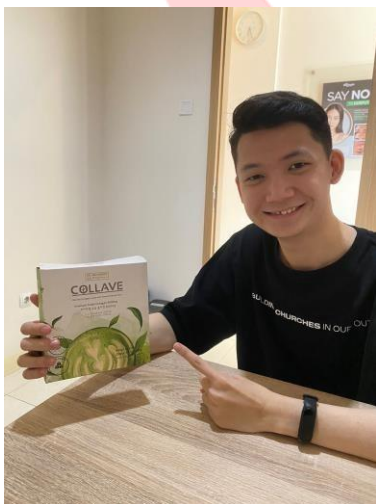
<https://www.kajianpustaka.com/2021/01/loyalitas-konsumen.html>. Diakses pada tanggal 31 Maret 2023 2023 pukul 20.35

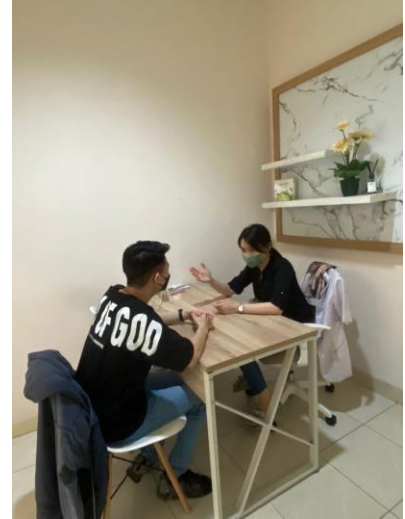
<https://www.chocodilla.com/2022/05/tujuan-jenis-prosedur-layanan-di-klinik-kecantikan.html>. Diakses pada tanggal 31 Maret 2023 pukul 21.13

<https://www.halodoc.com/artikel/klinik-kecantikan-tujuan-jenis-dan-prosedur>. Diakses pada tanggal 03 April 2023 pukul 19.07



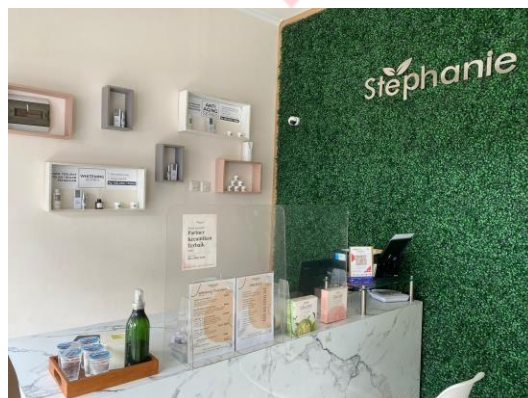
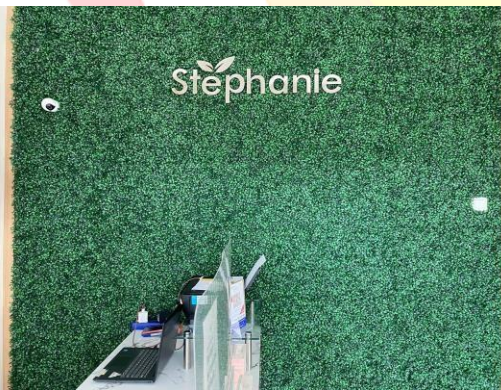
LAMPIRAN





STEPHANIE SKIN CLINIC
dr. Desty Saduwa
SIP: 446.1/DU/I/1030- DPMPSTP/2021
PRAKTEK:
HARI: SENIN-SELASA
PUKUL: 11.00-16.00
Ruko Orlin Jaya Imperial Park Blok RO/A 12, Kecamatan Sepatan,
Kabupaten Tangerang

STEPHANIE SKIN CLINIC
dr. Dika Christiyanti Pangarso
SIP: 446.1/DU/I/1001- DPMPSTP/2021
PRAKTEK:
HARI: RABU-JUMAT
PUKUL: 11.00-16.00
Ruko Orlin Jaya Imperial Park Blok RO/A 12, Kecamatan Sepatan,
Kabupaten Tangerang



DRAFT WAWANCARA PENELITIAN
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KLINIK KECANTIKAN
STEPHANIE SKIN AND BODY CARE DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN DI SEPATAN TANGERANG



Nama Responden : Noviana (Pemasar Stephanie Sepatan)

Hari/tgl : Sabtu, 17 Juni 2023

NO	PERTANYAAN
1	<p>Sudah bekerja berapa lama sebelumnya di klinik Kecantikan Stephanie Skin & Body Care Sepatan Tangerang?</p> <p>JAWAB: Saya bekerja disini mulai dari tahun 2022, mulai di bulan Maret, belum terlalu lama kok. Klinik Stephanie cabang Sepatan baru buka di bulan Januari. Jadi yah masih sama-sama baru juga.</p>

2	<p>Media promosi yang dilakukan melalui sarana apa saja?</p> <p>JAWAB: Klinik Stephanie paling sering ngepromosiin dari instagram, tapi udah ada akun tiktoknya juga, buat infoin soal promo ataupun penjelasan soal perawatan yang bermanfaat bagi tubuh gitu. Ada juga akun e-commercenya di tokopedia sama shopee, untuk bantu jualan produk kolagen, sunblock, dan produk skin care. Tapi kalo di tokopedia itu cuman jualan kolagen aja, jadi toko officialnya itu kolagen brand Stephanie namanya Collave. Biasanya yang nanganin promosi dari sosial media atau e-commercenya ini udah langsung dari pusat Stephanie, jadi marketing yang ada di cabang – cabang lain tuh, tidak ikutan menangani akun sosial media ataupun e-commercenya. Jadi yah saya di cabang Sepatan ini fokusnya promosiin dari whatsapp aja gitu, berdasar database yang di dapat dari sosial medianya, kadang di bagiin lagi kan tuh ke lokasi cabang yang terdekat, yang sesuai dengan domisili pelanggan baru. Biasanya sih ada aja pelanggan baru, karna kan kaya dari Instagram gitu, Stephanie juga promosiin iklan, jadi yah dari situ nanti saya akan lanjut untuk mengkontak pelanggan baru itu, dan menawarkan promo yang ada, dan berusaha untuk pelanggan itu bisa datang ke cabang yang di Sepatan untuk melakukan perawatan.</p>
3	<p>Apakah ada banyak pelanggan baru dari promosi yang dijalankan?</p> <p>JAWAB: Biasanya sih ada aja pelanggan baru gitu, yah tidak selalu, tapi dalam sehari itu ada aja satu dua orang yang baru pertama kali datang gitu ke klinik Stephanie di Sepatan ini, mungkin orang yang tinggal dekat daerah sini, atau juga yang melihat promosi atau mungkin iklan di media sosial gitu. Biasanya kalo orang yang mungkin udah liat iklan di sosial media, terus dia ngeklik iklannya, pastikan masuk ke database kita tuh, nah nanti ada aja yang nanya-nanya dari iklan itu. Jadi tuh yang menangani iklan di sosial media biasanya ada ngiklanin cabang-cabang klinik Stephanie lainnya, jadi yang mengklik iklan itu, bisa langsung otomatis ke salah satu whatsapp marketing Stephanie, dari situ baru biasanya marketing akan mengkontak lebih lanjut supaya bisa menarik pelanggan itu untuk datang melakukan perawatan.</p>
4	<p>Dari berbagai media promosi, manakah yang dirasa paling efektif?</p> <p>JAWAB: Kalo yang paling efektif sih, udah jelas dari promosi di sosial media yah, apalagi jaman sekarang ini. Kebanyakan orang-orang yang terima brosur</p>

	<p>cuman di liat sebentar aja soalnya, pernah saya lihat orang abis di kasih brosur, tidak lama kemudian langsung di buang setelah jalan cukup jauh, jadi sebenarnya bagiin brosur sendiri di Stephanie Sepatan ini udah jarang sih. Yah terkadang memang suka ada juga orang yang langsung datang aja, tanpa atur janji melalui whatsapp, tapi kebanyakan sih biasanya ada aja whatsapp saya dulu, atur janji pertemuan, mau tahu jam dokternya, sama promo-promonya dulu, baru jalanin perawatan.</p>
5	<p>Bagaimana dengan pelanggan baru, apakah biasanya akan menjadi pelanggan tetap?</p> <p>JAWAB: Yah biasanya ada aja yang cuman datang sekali, abis itu tidak datang-datang lagi, tapi ada juga kok yang abis perawatan sekali, terus jalanin perawatan rutin berulang disini, bahkan anjuran-anjuran dari dokter untuk melakukan perawatan berkala juga di ikutin. Jadi tergantung masing-masing orang lagi sih yah, cocok apa engga jalanin perawatannya.</p>
6	<p>Bagaimana cara untuk menarik pelanggan agar pelanggan itu menjadi setia menjalani perawatan atau menggunakan produk dari Stephanie?</p> <p>JAWAB: Biasanya setiap ada pelanggan baru yang datang untuk jalanin perawatan, pasti sebelum jalanin perawatan itu, di mintain nama sama nomor kontaknya juga, jadi setelah melakukan perawatan, kedepannya bisa dihubungi kembali, untuk dapat membantu kalo ada keperluan lainnya setelah melakukan perawatan. Jadi biasanya saya itu pastinya akan menghubungi kembali setiap pelanggan yang sudah datang, ataupun yang belum datang, yang masih bertanya-tanya saja. Saya informasikan setiap promo-promo yang terbaru, juga kalo ada pelanggan yang mungkin udah beberapa lama tidak melakukan perawatan, saya membantu menanyakan bagaimana kondisinya, dan jikalau ada suatu kendala, saya bisa arahkan untuk dapat datang kembali menjalankan perawatan, dengan bertemu dokter secara langsung, ketimbang sekedar menggunakan obat saja. Lalu juga kalo ada yang sebelumnya sudah pernah memakai produk dari kami, tidak lupa saya mengingatkan kembali apabila perkiraan produk yang dibelinya, baik itu berupa kolagen, skincare, cream, ataupun produk kecantikan lainnya yang sudah mau habis, maka saya tawarkan kembali. Jadi tuh saya paling sering menawarkan promo-promo yang sedang ada, dan pastinya saya juga dengan rajin untuk menanyakan bagaimana kondisi kulitnya setelah melakukan perawatan, bagaimana keadaannya setelah beberapa lama belum menjalani perawatan kembali. Saya memberikan perhatian dan kenyamanan untuk bagaimana pelanggan dapat</p>

	<p>mengutarakan keluh kesahnya kepada saya, sehingga saya dapat menyarankannya melakukan perawatan yang terbaik selanjutnya untuk merawat kesehatan kulitnya agar tetap sehat, dan juga kelihatan cantik.</p>
7	<p>Bagaimana perhitungan omset klinik Stephanie cabang Sepatan?</p> <p>JAWAB : Oh iya, kalo untuk omset sendiri saya kasih gambarannya aja yah. Awal saya bekerja disinikan itu dimulai Maret 2022 ya, terus kliniknya sendiri buka di awal tahun 2022, berarti di bulan Januari tuh. Awalnya di Januari tahun 2022 itu omset sekitar 40jutaan perbulannya, dan yah puji Tuhannya itu bulan-bulan seterusnya itu ada kenaikan, bahkan ada sampai sentuh 100 juta di bulan Agustus 2022. Tapi yah tidak selalu naik juga, ada turunnya juga kadang-kadang, kaya dari 100 juta itu, sempet turun ke 50 jutaan lagi di Desember 2022. Abis itu yah di bulan Maret sama April tahun 2023 ini sih udah di sekitar 70 jutaan mendekati 80 juta.</p>
8	<p>Apakah ada banyak pelanggan yang sudah berlangganan tetap disini?</p> <p>JAWAB: Yah engga semua selalu datang berulang dengan tekun sih, kadang ada aja yang cuman datang sekali, abis itu tidak datang-datang lagi, udah di kontakin juga cuman dibaca aja. Tapi yah ada juga yang memang tekun datang, malah suka banget nanya-nanyain di whatsapp gitu, buat perawatan yang lebih efektif selanjutnya, minta saran-saran perawatan yang lebih efektif lagi, apa yang harus di pakai supaya kulitnya lebih bagus. Yah lumayan lebih banyak yang tetap perawatan lagi disini sih, meski tidak semuanya, dan yah engga dalam waktu yang berdekatan juga. Pastinya sih kalo saya lebih jarang nawarin atau ingatkan kembali pelanggan dari whatsapp gitu, biasanya omsetnya bisa lebih turun lagi gitu. Jadi saya juga harus lebih aktif lagi, buat lebih inget pelanggan-pelanggan mana yang waktu itu abis jalanin perawatan, mana aja yang waktu itu ada beli produk disini. Abis itu nanti saya bisa kasih penawaran menarik lainnya ke orang itu.</p>

Nama Responden : Desi (Customer Stephanie Sepatan)

Hari/Tgl : Sabtu, 08 Juli 2023



NO	PERTANYAAN
1	<p>Sudah berapa lama berlangganan di Stephanie Skin & Body Care Cabang Sepatan sebelumnya?</p> <p>JAWAB: Saya sih menjalani perawatan di Stephanie ini belum terlalu lama yah, mungkin sekitar 1 tahun sih ya, kira-kira lama ga tuh yah? Haha mulai dari Juli tahun lalu jugalah kira-kira saya mulai menjalani perawatan di Stephanie Sepatan ini.</p>
2	<p>Selama menjalani perawatan disini, apakah anda merasa puas dengan perawatannya ataupun produknya?</p> <p>JAWAB: Yah selama ini sih jalanin perawatan disini merasa nyaman aja yah, keliatan juga hasilnya tuh bikin muka saya lebih cerah juga, dan ga timbul yang aneh-aneh gimana gitu sih, jadi sayapun juga tekun aja gitu jalanin perawatan disini. Produknya juga saya make, cream-cream yang di saranin gitu, memang sih saya rasa kulit saya juga jadi lebih mulus gitu.</p>

3	<p>Apakah sebelumnya pernah menjalani perawatan di klinik kecantikan tempat lain?</p> <p>JAWAB: Saya sih waktu itu pas iseng-iseng baru mau nyoba jalanin perawatan di klinik kecantikan gitu, kebetulan pertama kali di Stephanie ini. dan yah alhamdulillah ternyata cocok aja gitu sama kulit saya juga, apalagi di wajah saya juga ga yang bikin jerawat, dan memang saya rasa sih bikin lebih cerah dari pada sebelumnya gitu. Jadi yah saya tetap jalanin perawatan di sini aja, takut gitukan kalo nyobain yang lainnya, taunya kulit saya malah jadi makin rusak gitu. Udah dapat yang cocok, jadi udah deh ga mau nyoba-nyoba yang lain.</p>
4	<p>Apa yang membuat anda mau berlangganan di Stephanie?</p> <p>JAWAB: Kaya yang tadi saya bilang juga sih yahh,, pertama kali kebetulan saya nyobain di Stephanie ini, eh saya merasa cocok juga gitu sama kulit saya. Jadi yah saya juga ga mau nyoba-nyoba gitu ke tempat lain. Apalagi kan kalo kulit itu kadang cukup sensitif yah, kalo ga cocok sama produknya atau mungkin sama perawatannya, nanti takutnya malah makin memburuk gitukan. Sama di Stephanie ini juga, dokternya sih oke gitu, pada baik-baik, ramah juga, jadi pelayanannya saya juga seneng aja, saya nanya apa juga di jawab sih. Keluhan-keluhan yang saya alami gitu, biasanya di jelasin juga, dan yah terjawab gitu, ada hasilnya, jadi saya sih oke aja untuk jadi pelanggan tetap disini gitu.</p>
5	<p>Menurut anda apa yang menjadi kelebihan klinik Stephanie ketimbang klinik lainnya?</p> <p>JAWAB: Yah kalo ditanya kelebihan di Stephanie sama klinik kecantikan lainnya, bingung juga sih yah haha, karena saya juga belum pernah jalanin perawatan di klinik lainnya juga. Yah tapi kalo untuk kelebihan yang saya rasain sih ya, disini itu dokter-dokternya juga ramah, jadi pas jalanin perawatanpun enak, dan hasil perawatannya itu juga ada gitu, buat kulit saya lebih cerah, lebih mulus juga. Terus keluhan-keluhan yang saya utarain gitu biasanya di dengerin juga, dan biasanya dibantu di cariin juga gitu solusinya gimana, dan biasanya solusinya juga ngebantu sih. Jadi yah hasilnya muasin saya gitu, pelayanannya juga oke aja menurut saya, jadi menurut saya itu kelebihannya sih, apalagi dokternya juga ramah-ramah gitu, jadi pas di rawat sayapun seneng aja.</p>

6	<p>Menurut anda bagaimana komunikasi pemasaran yang di lakukan oleh pemasar di klinik Stephanie?</p> <p>JAWAB: Oh untuk pemasarnya sendiri menurut saya cukup oke juga yah, dia tuh pasti tiap minggu ada aja kaya nanyain saya gitu, ada keluhan atau tidak. Apalagi kalo abis perawatan juga biasanya dia akan nanyain saya tuh kebesokannya, kira-kira gimana hasilnya, ada keluhan atau tidak. Saya suka tuh dia nanyain saya gitu, jadi yah kaya tadi saya bilang keluhan saya biasanya di dengerin kan yah. Nah yang dengerin itu yah si pemasar ini nih, yang suka kontakin saya dari whatsapp gitu. Apalagi kalo ada promo-promo gitu tuh, pastinya lebih aktif lagi nginforin saya haha. Jadi yah saya suka sih untuk penjelasan-penjelasan yang di kasih tau sama marketingnya ini. Bisa jadi teman curhat saya juga gitukan untuk persoalan kulit wanita haha.</p>
7	<p>Apakah anda merasa akan selalu berlangganan di klinik Stephanie sampai seterusnya?</p> <p>JAWAB : Saya sih kalo merasa udah cocok yah biasanya yaudah pakai it uterus aja, ga suka gonta-ganti gitu, kalo ga ada alasan yang jelasnya. Jadi selama perawatan disini masih efektif, membuat saya semakin cerah gitu yah, makin mulus juga, apalagi ga jerawat di wajah gitu, pastinya sih saya tetap jalanin aja perawatan disini, apalagi kan sekarang yah wanita perlu tampil cantik juga gitukan yah, banyak banget yang nilai wanita berdasar penampilan sekarang mah. Jadi saya sih selama perawatan dan produk disini cocok buat kulit saya, ga yang timbul aneh-aneh gitu sih, saya akan tetap jalanin perawatan disini terus.</p>
8	<p>Seberapa besar kemungkinan anda akan menyarankan teman atau saudara anda untuk menjalani perawatan di Stephanie?</p> <p>JAWAB: Saya sih yah, kalo misalkan ada yang nanya yah baru gitu jelasin, bisa juga jadi kaya saranin yah. Itu sih kalo di tanya ya, kalo misalkan ga ditanyain sih, ya yauda gitu, ga perlu saya umbar-umbar yang gimana juga, nanti di sangka saya ngepromosiin banget lagikan. Apalagi kan kalo klinik kecantikan itu bergantung cocok-cocokan juga yah sama kulit masing-masing orang gitu. Jadi saya sih ga berani yang asal ngajakin teman ataupun saudara saya gitu, pengecualian kalo memang mereka yang nyoba tanya saya duluan gitu. Saya pasti akan cerita apa adanya, perawatannya kaya gimana, dimana saya jalanin perawatannya, produknya apa, dan hasil yang saya dapatin tuh gimana.</p>

Nama Responden : Lina (Customer Stephanie Sepatan 2)

Hari/Tgl : Sabtu, 08 Juli 2023



NO	PERTANYAAN
1	<p>Sudah berapa lama berlangganan di Stephanie Skin & Body Care Cabang Sepatan sebelumnya?</p> <p>JAWAB: Saya sih baru awal tahun ini ya mulai jalanin perawatan di Stephanie sini, masih sebentar doang sih.</p>
2	<p>Selama menjalani perawatan disini, apakah anda merasa puas dengan perawatannya ataupun produknya?</p> <p>JAWAB: Yah kalo ditanya soal puas sih, mungkin puas-puas aja yah, karena selama ini saya ga ada keluhan gimana-gimana sih. Pengecualian kalo emang ga cocok nih, pastinya kulit saya bakal kenapa-kenapa kan nih pas di rawat, apa lagi wajah tuh, pastikan sensitif bagnet tuh. Jadi selama 6 bulan eh 7 bulan kali ya? Saya sih seneng aja perawatan disini, sekalian pengen liat juga nih sampai kedepannya apakah perawatannya bakal buat muka saya bener-bener kinclong apa ga gitukan? Haha.</p>

3	<p>Apakah sebelumnya pernah menjalani perawatan di klinik kecantikan tempat lain?</p> <p>JAWAB: Saya dulu pernah tuh, sebelum di Stephanie sini, menjalani perawatan dimana tuh ya, namanya kalo ga salah Leny Skincare gitu, di daerah Sepatan juga, eh ini bolehkan yah sebutin nama tempat lain? Yaudahlah yah aha, jadi tuh saya pernah dulu disana, ga lama sih cuman sebulan, abis itu saya rasa pas udah jalanin perawatan abis seminggu gitu, muka saya kok kaya panas, terus tuh timbul merah-merah juga, ada beruntusan juga malahan keknya tuh abis udahan perawatannya. Katanya sih efek awal memang begitu pas di jelasin, tapi yah saya udah seminggu begitu, kaya ga ada perubahan, yaudah dah saya ga berani coba-coba lagi, mungkin ajakan kulit saya yang ga cocok sama produk dan perawatan disana tuh. Jadi yaudah saya coba cari yang lain gitu, dan kebetulan pas banget nih ketemu Stephanie ini, dan yah selama ini sih jalanin perawatan ga ada keluhan-keluhan kaya sebelumnya gitu, ga ada yang aneh-aneh gimana, jadi saya nyoba aja jalanin dulu nih, sekalian liat kedepannya gimana. Saya harap sih jadi putih bening nih kulit saya juga, kaya kakanya gitukan hahaha.</p>
4	<p>Apa yang membuat anda mau berlangganan di Stephanie?</p> <p>JAWAB: Hmmm, di bilang langganan sih keknya ga juga yah? Saya sih ga merasa udah jadi langganan nih, karna saya sih sampe sekarang merasanya masih kaya ujicoba gitu loh, karna pas jalanin perawatan disini, terus pake produknya tuh di saya ga ada yang aneh-aneh. Sayakan juga merasa kulit saya agak sensitif gitukan, jadi kalo banyak nyoba sana sini, takutnya kan bisa aja kejadian kaya yang sebelumnya lagi tuhh. Taunya nanti kulit saya malah rusak lagi gitukan yah berabe. Jadi disini mah saya masih nyobain dulu lahh, mau lihat nih sampe setahun kedepan apa saya bisa lebih glowing lagi gitukan. Sekarang sih saya memang ada rasa kayanya muka saya jadi ga jerawat kaya dulu gitu. Dulu mah saya lebih parah lagi ka, apalagi pas di klinik sebelumnya itu yang muncul banyak beruntusan juga, behh ka muka saya rasanya kaya ancur banget deh, malah panas juga gitukan. Malu kalo mau keluar juga ka waktu itu mah.</p>
5	<p>Menurut anda apa yang menjadi kelebihan klinik Stephanie ketimbang klinik lainnya?</p> <p>JAWAB: Yah kalo bicara kelebihan sih, karna saya belum lihat hasil yang gimana banget, jadi belom bisa bicara banyak juga yah. Tapi sih ini saya suka juga</p>

	<p>cara pelayanannya gitu loh, ini marketingnya tuh, kaya suka banget nanyain kabar saya, nanyain keadaan kulit saya. Apalagi kalo udah abis perawatan tuh, nah besoknya atau ga yah 2 – 3 hari kemudian tuh, pasti dia bakal chat saya, nanyain gimana kondisi kulit saya abis jalanin perawatan. Nah terus kalo saya ada bingung apa-apa tuh buat pake produknya, di bantu jelasin juga, yah mudah di mengerti juga sih. Jadi sayanya juga enak yah, ada info jelas gitu yang bisa bantuin, ga yang langsung di lepas gitu aja abis perawatan. Kadang-kadang tuh juga kalo lagi ada promo-promo baru, pasti langsung di infoin juga. Yah sama mungkin ini sih yah, dokternya juga enak di ajak ngobrol tuh pas lagi perawatan, jadi saya banyak dapet informasi baru juga soal facial-facial gitu lah yah bahasanya haha. Lebih ngerti juga soal kondisi kulit saya gitu.</p>
6	<p>Menurut anda bagaimana komunikasi pemasaran yang di lakukan oleh pemasar di klinik Stephanie?</p> <p>JAWAB: Eh iya kaya yang tadi saya ada bilang juga sih, marketingnya tuh suka nanyain kabar saya gitu, keadaan kulit saya juga. Jadi yah enak di ajak ngobrol sih, bisa saya tanya-tanyain juga sekalian, jadi kaya konseling kulit saya dah tuh. Yah kadang sih lama juga yah responnya, tapi saya mah ngertiin sih, kan pelanggannya ga mungkin saya doang, atau mungkin mau nanya-nanya ke dokternya dulu, kalo ada yang dia ga ngerti gitukan.</p>
7	<p>Apakah anda merasa akan selalu berlangganan di klinik Stephanie sampai seterusnya?</p> <p>JAWAB : Yah kalo bicara soal langganan yang benar-bener maunya selalu xdisini gitu sih, saya belum bisa ngomong yah, mungkin aja kalo ada teman saya yang nginfoin tempat lebih baik, dan jenis kulitnya sama kaya saya gitu, bisa aja saya cobain dan kalo emang cocok sih, mungkin aja saya pindah kesana gitukan. Yah yang paling utama sih dari saya intinya cocok dulu gitu sama keadaan kulit saya juga, dan yah yang pasti menguntungkan saya jugalah yah, harganya juga terjangkau gitu. Selama ini sih di Stephanie ini saya merasa harganya sih lumayan mahal gitu, tapi yah karna saya masih merasa cocok aja sama kulit saya gitu, jadi saya masih mempertimbangkan juga gitu loh. Kalo emang ga ada tempat lain yang lebih baik sih, yaudah disini aja, ga mau pusing-pusing nyari tempat sana sini gitu sih saya mah, kalo ada saran gitu mungkin saya bisa nyobain. Apalagi kalo dari teman yang saya percaya gitukan.</p>

8 **Seberapa besar kemungkinan anda akan menyarankan teman atau saudara anda untuk menjalani perawatan di Stephanie?**

JAWAB:

Wah kalo misal nawarin atau ajak teman, atau saudara saya gitu sih saya belum tahu juga yah. Mungkin aja sih kalo ada teman saya yang nyari saran gitu mau nyobain, saya bisa aja kasih tau, cuman yah kalo yang bener-bener ngajakin gitu, saya kayanya ga dulu deh, apalagi kan saya juga masih kaya yang tadi saya bilang tuh, masih mau liat dulu ini kedepannya kalo emang oke sama kulit saya nih, bener-bener ada hasil yang muasin saya juga, nah baru deh tuh mungkin saya bisa kasih saran ke beberapa teman atau saudara saya yang memang butuh untuk perawatan juga tuh.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. DATA PRIBADI

Nama : Jepri Priyono

Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 13 Desember 2000

Warga Negara : Indonesia

Agama : Kristen

Jenis Kelamin : Laki-laki

Status : Belum Menikah

Alamat : Villa TNG Regensi 2, Jl. Danau Singkarak 1, Blok
AD 02 No. 09, Pasar Kemis, Gelam Jaya RT. 01
RW. 06

Email : jepripriyono1324@gmail.com

IPK Terakhir : 3.77



II. RIWAYAT PENDIDIKAN

- SD Harapan Bangsa, Tangerang (2007 – 2013)
- SMP Harapan Bangsa, Tangerang (2013 – 2016)
- SMK Buddhi Dharma, Tangerang (2016 – 2019)
- Universitas Buddhi Dharma, Tangerang (2019 – Sekarang)

III. PENGALAMAN BEKERJA

- Event PRJ 2018 (Produk Oranc-Olatte) SPB Perusahaan Farmasi Dong-A ST
- Event PRJ 2019 (Aplikasi Dana) SPB PT. Espay Debit Indonesia Koe
- FIT & Hotel Package di PT. Enjoy Wisata Agustus 2019 – Januari 2021

- Staff Purchasing di PT. Surya Logam Universal Januari 2022 – Juni 2022
- Staff Purchasing di PT. Pura Mayungan Januari 2023 – Sekarang





UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Kreativitas Membangkitkan Inovasi

September 6, 2023

Editor Explanation:

Dears JEPRI PRIYONO,
Thank you for your trusts in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID : 20190400045
Faculty : ILMU KOMUNIKASI
Title : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KLINIK KECANTIKAN
STEPHANIE SKIN AND BODY CARE DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN DI SEPATAN TANGERANG
Type : Thesis

Turnitin Suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count : 15903
Character Count : 101274
Similarity Index : 26%
Internet Source : 25%
Publication : 9%
Student Paper : 13%
Exclude quotes : Off
Exclude bibliography : Off
Exclude matches : Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,
Frendy Dodo Chang, S.Kom
Faculty of Social Sciences and Humanities
Buddhi Dharma University (UBD)

FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir
Tangerang 15115 - Banten

Telp. 021 - 5517853, Fax. 021 - 5586820



KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM
Nama Mahasiswa
Fakultas
Program Studi
Jurusan
Tahun Akademik/Semester
Dosen Pembimbing

20190400045
: JEPRI PRIYONO
: Sosial dan Humaniora
: Ilmu Komunikasi
: Strata Satu
: 2023/2024 Ganjil
: Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KLINIK KECANTIKAN
STEPHANIE SKIN AND BODY CARE DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DI SEPATAN
TANGERANG

Tanggal	Catatan	Paraf
2023-03-04	Pembahasan judul, Judul yang diambil Strategi Komunikasi Pemasaran Klinik Kecantikan Stephanie Skin And Body Care Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di Sepatan Tangerang	
2023-03-14	Pembahasan Bab I	
2023-03-21	Bab 1 menentukan rumusan masalah	
2023-03-28	bab 2	
2023-04-04	Bab 2 Pengembangan teori	
2023-04-26	Membahas Bab 3	
2023-05-02	Bab 3 metode yang dipakai	
2023-05-16	Pembahasan bab 4	
2023-05-16	bab 4 lanjutan	
2023-05-23	bab 4 lanjutan	
2023-06-13	bab 4 berkaitan dengan lamiran yang harus dilampirkan	
2023-06-27	bab v	
2023-07-04	review kembali, daftar isi, daftar gambar, daftar table, kata pengantar	
2023-07-11	Persiapan sidang dan ulang cek kembali kelengkapan	
2023-07-18	Cek lagi untuk persiapan sidang.	

Mengetahui
Ketua Program Studi

Tangerang, 08 September 2023
Pembimbing

Kusuma Hapsari, M.IKom

Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom