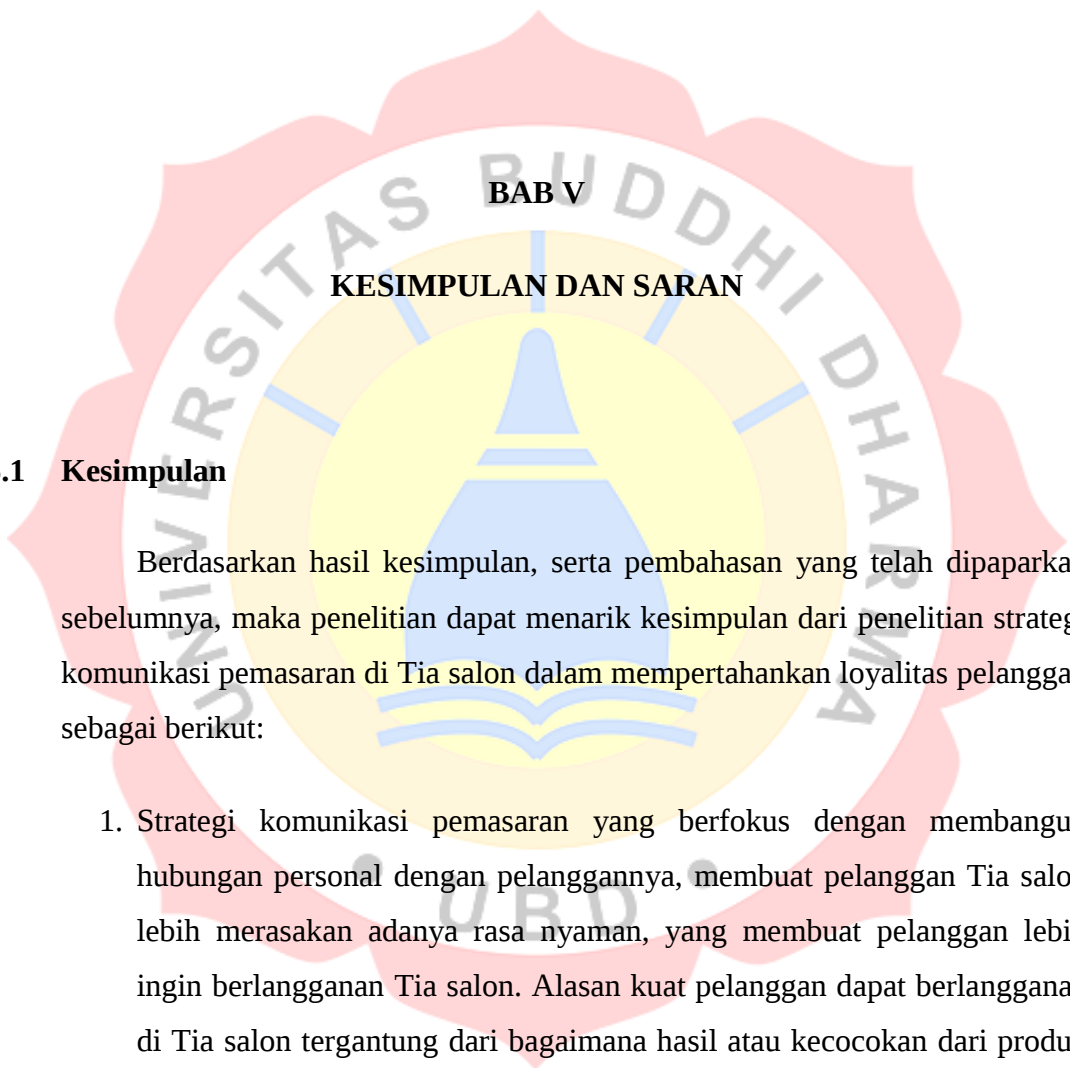




BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kesimpulan, serta pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penelitian dapat menarik kesimpulan dari penelitian strategi komunikasi pemasaran di Tia salon dalam mempertahankan loyalitas pelanggan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pemasaran yang berfokus dengan membangun hubungan personal dengan pelanggannya, membuat pelanggan Tia salon lebih merasakan adanya rasa nyaman, yang membuat pelanggan lebih ingin berlangganan Tia salon. Alasan kuat pelanggan dapat berlangganan di Tia salon tergantung dari bagaimana hasil atau kecocokan dari produk atau perawatan dari Tia salon. Sehingga harga yang relative cukup tinggi, tidak menjadi dasar utama pelanggan yang berlangganan di Tia salon. Tia Salon menerapkan standar 3S (Salam, Sapa, dan Senyum) yang membuat pelanggan merasa disambut dengan hangat setiap kali mereka datang. Pelanggan juga merasa didengar karena dapat memilih siapa yang

melayani mereka dan dapat meminta layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

2. Tia salon melakukan strategi komunikasi pemasaran dengan tujuan mempertahankan loyalitas pelanggan dengan cara Tia Salon melakukan strategi komunikasi pemasaran dengan tujuan mempertahankan loyalitas pelanggan dengan cara memastikan setiap interaksi dengan pelanggan memberikan pengalaman positif dan memuaskan. Tia Salon menyediakan layanan personal yang mendengarkan dan memenuhi kebutuhan spesifik setiap pelanggan, termasuk memberi mereka kebebasan memilih staf yang melayani dan memberikan saran perawatan yang tepat. Tia Salon juga memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, untuk beriklan dan menarik perhatian calon konsumen melalui konten menarik dan informatif. Mereka menawarkan program loyalitas dan promosi khusus bagi pelanggan tetap, seperti diskon dan layanan gratis setelah sejumlah kunjungan, yang memberikan insentif bagi pelanggan untuk terus menggunakan layanan mereka. Selain itu, Tia Salon mengadakan event khusus dan workshop kecantikan untuk meningkatkan keterlibatan dan rasa komunitas di antara pelanggan. Melalui pendekatan komunikasi yang personal, konsisten, dan interaktif ini, Tia Salon berhasil menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan mereka, memastikan loyalitas jangka panjang.

5.2 Saran

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

1. Tia salon 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 dari Tia salon akan mendapatkan keuntungan-keuntungan yang berbeda, ketimbang pelanggan yang non-member serta memberikan promo ulang tahun apabila pelanggan sedang berulang tahun promosi ini dapat memberikan kesan kepada pelanggan Tia salon.

2. Tia salon juga harus melakukan evaluasi kepuasan pelanggan. Melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala untuk mendapatkan masukan dan saran dari pelanggan, sehingga Tia Salon dapat terus meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.
3. Tia salon dapat membuka Cabang Baru, pembukaan cabang baru di lokasi strategis lainnya untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

Akhir kata, peneliti berharap, penelitian yang dilakukan peneliti pada judul Strategi Komunikasi Pemasaran Tia Salon Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan, dapat memberikan banyak wawasan, serta referensi bagi masyarakat, khususnya mahasiswa/I untuk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Budaya Indra, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Kepuasan Konsumen Pada Salon Feri Pelayanin*. *Jurnal Administrasi Nusantara*, 2(2), 1-19.
- Griffin. (2005). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks, 2015.
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management*. 13th edition, Penerbit Erlangga, 2015.
- Mulyana, Deddy. *Komunikasi Efektif*, Cet. III; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2008.
- Oktaviani, T. (2015). *Perbedaan Hasil Menghias Kuku (Nail Art) Dua Dimensi Antara Yang Menggunakan Kuku Palsu Pada Teknik Sambung (Acrylic Gel) Dengan Kuku Palsu Pada Teknik Tempel (Artificial Nail)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo media pustaka.
- Sukmadinata, S.N. (2005). *Metode Penelitian*. Bandung: PT remaja rosdakarya
- Yarosh, D. (2008). *The new science of perfect skin: understanding skin care myths and miracles for radiant skin at any age*. Harmony.

Jurnal Nasional

- 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.
- 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.

Sari, A. M., & Aslami, N. (2022). Strategi komunikasi pemasaran asuransi syariah. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 57-72.

Skripsi

Dwiputri, A. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Salon Muslimah Amanie di Kota Bengkulu dalam mempertahankan Loyalitas Pelanggan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

Juniar, A. P. R. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Salon Kecantikan LoveBeau Dharmawangsa* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NASIONAL).

Hasibuan, D. R. (2020). *Strategi Promosi Salon Azka Beauty Dalam Menarik Minat Konsumen Kecamatan Persut Sei Tuan Deli Serdang* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).

Luturmas, J. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Jasa Salon Di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 28-38.

Tjahjadi, C., & Sukendro, G. G. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Salon Dreadock Studio Indonesia. *Prologia*, 3(1), 66-73.

Web

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>

<https://bakai.uma.ac.id/2022/05/19/apa-itu-komunikasi-tujuan-dan-fungsinya/>

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/05/120000469/komunikasi--pengertian-para-ahli-fungsi-tujuan-dan-jenis-jenisnya?page=all>

<https://www.liputan6.com/hot/read/4502208/tujuan-komunikasi-pengertian-jenis-dan-fungsinya-yang-perlu-diketahui>

<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.>

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

[https://bakai.uma.ac.id/2022/02/05.pengertian-strategi-tujuan-jenisnya/](https://bakai.uma.ac.id/2022/02/05/pengertian-strategi-tujuan-jenisnya/).

<https://www.gramedia.com/literasi/teori-perilaku-konsumen>.

<https://www.kajianpustaka.com/2021/01/loyalitas-konsumen.html>.

<https://www.halodoc.com/arieillinik-kecantikantwjwan-jenis-dan-prosedur>.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. DATA PRIBADI

Nama : Zien Puspita
Tempat, Tanggal Lahir : Ilmu Komunikasi
Warga Negara : Indonesia
Agama : Khonghucu
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Menikah
Alamat : Prumpung, Gn sindur bogor RT/01.01
Email : zienpuspitasari@gmail.com
IPK Terakhir : 3.64



II. RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SDN FLAMBOYAN 2009-2014
SMP : SMPN 02 GUNUNG SINDUR 2014-2017
SMK : SMK SETIA BHAKTI 2017-2020



Nama : Kristiani Dewi (Owner pemasar Tia salon)

Hari/Tanggal : Kamis, 20 Juni 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Sudah berapa lama anda menjadi owner dan sekaligus menjadi pemasar Tia salon?	Sejak tahun 2018, berarti sekitar sudah 6 tahun menjadi pemasar di Tia salon
2.	Media promosi apa yang ada lakukan untuk memperkenalkan Tia salon?	Tia salon sering mempromosikan hasil treatment atau produk produk ke berbagai macam media kaya Instagram, Facebook, WhatsAap sama Tik-Tok, buat infoin soal promo ataupun penjelasan soal perawatan yang bermanfaat bagi tubuh dan kulit kita, untuk yang kelola media sosial kebetulan saya sendiri jadi saya juga bisa control langsung buat tanggapan konsumen sama konten konten kita kaya gimana, sejauh ini si semuanya baik baik ajah dan sesuai rencana ya.
3.	Apakah ada pelanggan baru dari	ada ajah pelanggan baru yang datang ke Tia salon karna konten yang di

	promosi yang dilakukan?	lihat, ada beberapa yang melihat konen kita mereka tertarik buat dateng ke Tia salon buat perawatan atau coloring rambut.
4.	Dari berbagai cara promosi, manakan yang dirasa paling efektif	kalau ditanya yang paling efektif dalam promosi si dari sosial media sama kebanyakan dari mulut kemulut jadi beberapa pelanggan kita yang merasa cocok merekomendasikan Tia salon ketemen temen atau saudaranya, itu juga lumayan efektif dalam memperkenalkan atau promosi Tia salon.
5.	Bagaimana dengan pelanggan baru? apakah dirasa menjadi pelanggan tetap?	yang memang cocok dengan layanan dan perawatan disini dan menjadi pelanggan tetap di Tia salon, biasanya rutin melakukan perawatan seperti melakukan perawatan rambut, crambath, masker atau perawatan muka seperti facial atau totok aurat, jadi tergantung masing masing orang yang cocok ada yang ngga cocok juga ada, ngga semua cocok soalnya.
6.	Bagaimana cara menarik perhatian pelanggan baru agar pelanggan menjadi pelanggan setia mejalani perawatan di Tia salon?	Nah, pertama-tama, kami selalu pastikan layanan yang kami berikan itu ramah dan personal. Setiap kali ada pelanggan baru datang, kami sambut dengan hangat, dengerin kebutuhan mereka, dan pastikan mereka dapet hasil yang sesuai harapan. Stylist kami juga sering kasih saran perawatan yang pas buat tipe rambut mereka. Selain itu. kami punya program loyalitas yang seru, kayak diskon buat kunjungan berikutnya, poin reward yang bisa ditukar dengan layanan gratis, atau produk perawatan rambut. Kami juga suka kasih kejutan, misalnya goodie bag berisi sampel produk terbaru atau voucher diskon spesial

		ulang tahun. Kami juga aktif banget di media sosial. Di Instagram dan Facebook, kami sering share tips perawatan rambut, update layanan baru, dan promo spesial. Ini bikin pelanggan selalu update dan tertarik buat terus datang ke salon. Terus, kami rutin kirim pengingat janji temu lewat WhatsApp atau email, biar mereka nggak lupa. Nggak cuma itu, kami juga selalu terbuka dengan feedback dari pelanggan. Kalo ada keluhan atau saran, kami langsung tanggapin dan perbaiki. Kami pengen bikin pelanggan merasa dihargai dan didengarkan. Pokoknya, kami berusaha bikin mereka puas, senang, dan pengen terus balik ke Tia Salon. Intinya, kami mau mereka merasa di rumah sendiri di sini.
7.	Bagaimana perhitungan omset Tia salon?	Biasanya perhitungan omzet 1 bulan sekali
8.	Apakah ada banyak pelanggan yang sudah berlangganan di tia salon	Sudah cukup banyak
9.	Bagaimana Anda membangun hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi?	Merespons pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat waktu menunjukkan bahwa kita peduli dan siap membantu. Bicara yang sopan kepada pelanggan
10.	Apa saja rencana Anda untuk meningkatkan strategi komunikasi Anda di masa depan?	Membuat group, meningkatkan komunikasi kepada pelanggan, dan memberikan banyak promosi.
11.	Pada saat pandemi Anda melakukan home service, bagaimana cara Anda	Iya saya melakukannya, pastinya sebelum melakukannya, kita melakukan dengan memastikan memiliki kartu vaksin yang sudah dilakukan oleh team, dan selalu

	membangun kepercayaan pelanggan terhadap kesterilan layanan Anda?	menjaga kebersihan tangan serta selalu memakai masker.
--	--	---





Nama : Sheilla (27th Pelanggan Tia salon)

Hari/Tanggal : Kamis, 20 Juni 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Bagaimana pendapat Anda tentang harga layanan yang ditawarkan oleh Tia Salon? Apakah Anda merasa harga tersebut sebanding dengan kualitas layanan yang Anda terima?	Menurut saya, harga layanan di Tia Salon cukup sebanding dengan kualitas yang saya terima. Memang harganya mungkin sedikit lebih tinggi dibanding beberapa salon lain, tapi hasilnya selalu memuaskan dan layanan yang diberikan sangat profesional. Jadi, saya merasa harga tersebut wajar untuk layanan yang berkualitas seperti ini.
2.	Sudah berapa lama berlangganan di tia salon?	Sekitar sudah 7 tahun.
3.	selama menjalani perawatan disini, apakah anda merasa puas	Saya sangat senang dengan pelayanan di Tia Salon. Semua stafnya ramah, sopan, dan sangat

	dengan perawatanya atau servicenya?	baik dalam melayani saya. jadi sayang merasa sangat nyaman dan membuat saya merasa dihargai sebagai pelanggan.
4.	Saluran komunikasi apa yang Anda gunakan untuk berinteraksi dengan Tia Salon? (misalnya: media sosial, email, website)	Saya berkomunikasi via WhatSapp
5.	apakah sebelumnya sudah pernah menjalani perawatan ditempat lain?	Pernah, tapi pelayanannya kurang bagus dan orang2nya sangat tidak ramah
6.	menurut ada apa yang membuat anda mau berlangganan di tia salon?	Karena pelayanan sangat bagus dan tempatnya juga dekat dengan rumah saya
7.	menurut anda bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh tia salon?	Sangat bagus, karena mereka sering mempromosikan di IG Story dan Juga di whatsapp
8.	Apakah anda merasa akan berlangganan di tia salon seterusnya?	Ya, Pasti saya akan berlanggan terus karena sudah sangat cocok perawatan disini
9.	Seberapa besar kemungkinan anda akan menyarankan teman atau sadara anda untuk menjalani perawatan di tia salon ?	Sangat besar, karena saya sudah mempromosikannya ke teman teman kantor sayaa dan banyak teman saya juga yang pewartan disitu
10.	Apa yang dapat dilakukan Tia	Sering- sering dikirimkan promo2 terbarunya

	Salon untuk meningkatkan komunikasi dengan anda?	
11.	Menurut Anda, apakah tempat baru di Tia Salon lebih nyaman dibandingkan dengan tempat sebelumnya??	Selama saya berlangganan di Tia salon tempat baru di Tia Salon jauh lebih nyaman dibandingkan dengan tempat sebelumnya. Lokasinya lebih mudah dijangkau kalau dulu di deretan pasar jadi harus jalan kaki dulu buat bisa masuk kesalon kalau sekarang gampang buat kesini karena berada di jalan besar, dan area parkirnya juga lebih luas. Terus interior salon yang baru lebih modern dan nyaman, dengan ruang tunggu yang lebih baik dan fasilitas tambahan seperti WiFi gratis dan minuman. Saya merasa lebih rileks dan puas dengan pengalaman perawatan di tempat yang baru ini.



Nama : Okta (25th Pelanggan Tia salon)

Hari/Tanggal : Sabtu, 22 Juni 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Bagaimana pendapat Anda tentang harga layanan yang ditawarkan oleh Tia Salon? Apakah Anda merasa harga tersebut sebanding dengan kualitas layanan yang Anda terima?	Menurut saya, harga layanan di Tia Salon cukup masuk akal dan sesuai dengan kualitas yang saya terima. Setiap kali saya datang, saya selalu mendapatkan perawatan yang baik dan hasil yang memuaskan. Meskipun ada salon yang mungkin menawarkan harga lebih murah, saya merasa lebih nyaman dan puas dengan layanan di Tia Salon, jadi menurut saya harganya sepadan.
2.	Sudah berapa lama berlangganan di tia salon?	Sudah sekitar dua tahun, sejak pertama kali nyobain, langsung cocok.
3.	Selama menjalani perawatan	Iya, puas, Stafnya ramah dan hasil perawatannya selalu memuaskan.

	disini, apakah anda merasa puas dengan perawatanya atau servicenya?	
4.	Saluran komunikasi apa yang Anda gunakan untuk berinteraksi dengan Tia Salon? (misalnya: media sosial, email, website)	Biasanya lewat Instagram atau WhatsApp. Praktis dan responsnya cepat.
5.	Apakah sebelumnya sudah pernah menjalani perawatan ditempat lain?	Iyaa tentu pernah
6.	Menurut ada apa yang membuat anda mau berlangganan di tia salon?	Pelayanannya bagus, hasil perawatannya memuaskan, dan stafnya profesional.
7.	menurut anda bagaimana komunikasi pemasaran yang dikakukan oleh tia salon?	Bagus, informatif, dan kreatif. Promo-promo dan info perawatan sering di-update di Instagram.
8.	Apakah anda merasa akan berlangganan di tia salon seterusnya?	"Iyaa, selagi pelaananya baik dan bagus saya pasti berlangganan"
9.	Seberapa besar kemungkinan anda akan menyarankan teman atau sadara anda untuk menjalani perawatan di tia salon ?	"Iya, saya merekomendasikan kesudara dan teman teman saya"
10.	Apa yang dapat dilakukan Tia Salon untuk meningkatkan komunikasi denga anda?	Mungkin lebih sering kasih info promo atau tips perawatan lewat WhatsApp atau Instagram.
11.	Menurut Anda, apakah tempat baru di Tia Salon lebih nyaman dibandingkan dengan tempat	"Iya, saya merasa tempat baru di Tia Salon jauh lebih nyaman dibandingkan tempat sebelumnya. Ruangnya lebih luas dan desain Interiornya lebih modern, yang

	sebelumnya??	membuat suasana menjadi lebih menyenangkan. Selain itu, aksesnya juga lebih mudah karena lokasinya dekat dengan jalan besar, dan area parkirnya lebih memadai. Saya merasa lebih nyaman dan puas setiap kali berkunjung ke salon yang baru ini."
--	--------------	--





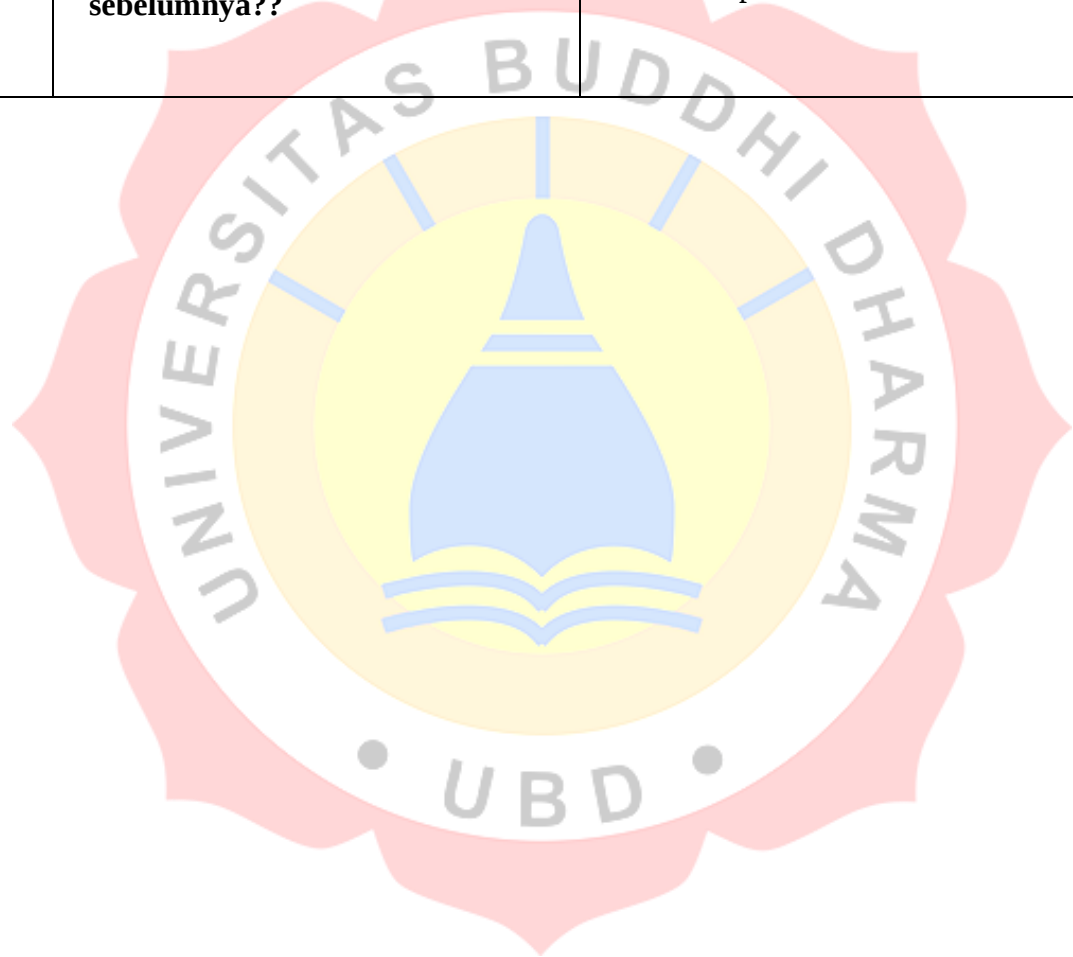
Nama : Okta (25th Pelanggan Tia salon)

Hari/Tanggal : Sabtu, 22 Juni 2024

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Bagaimana pendapat Anda tentang harga layanan yang ditawarkan oleh Tia Salon? Apakah Anda merasa harga tersebut sebanding dengan kualitas layanan yang Anda terima?	Menurut saya, harga layanan di Tia Salon sangat sesuai dengan kualitas yang saya terima. Meskipun ada yang lebih murah, saya merasa di sini saya mendapatkan perawatan yang lebih detail dan hasil yang lebih bagus. Jadi, saya merasa harga tersebut wajar untuk layanan yang saya dapatkan.
2.	Sudah berapa lama berlangganan di tia salon?	sudah tiga tahun.
3.	Selama menjalani perawatan disini, apakah anda merasa puas	: Saya sendiri merasa sangat puas dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh salon ini. Produk-

	dengan perawatanya atau servicenya?	produk yang mereka gunakan terasa berkualitas bagus dan hasil perawatannya selalu memuaskan. Pelayanannya juga sangat baik, stafnya ramah dan profesional dalam melayani pelanggan.
4.	Saluran komunikasi apa yang Anda gunakan untuk berinteraksi dengan Tia Salon? (misalnya: media sosial, email, website)	saya kesini dari dulu, jadi kalau untuk tahu salonya emmang dari dlu sudah berlangganan dan memang dekat dari rumah.
5.	Apakah sebelumnya sudah pernah menjalani perawatan ditempat lain?	Pernah, tapi lebih sering kesini karna emang deket dari rumah.
6.	Menurut anda apa yang membuat anda mau berlangganan di tia salon?	Apa ya, karna merasa puass udahh si itu ajah.
7.	menurut anda bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh tia salon?	Tia salon Memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memamerkan hasil kerja, promosi, sangat bagus dan kreatif.
8.	Apakah anda merasa akan berlangganan di tia salon seterusnya?	Iya saya mau.
9.	Seberapa besar kemungkinan anda akan menyarankan teman atau sadara anda untuk menjalani perawatan di tia salon?	Kalaw pakai persenan saya merekomendasikan Tia salon sebesar 90% karna pada saat ini pun saya sedang mengantar tante saya untuk perawatan, jadi cukup besar.

10.	Apa yang dapat dilakukan Tia Salon untuk meningkatkan komunikasi dengan anda?	Jadi saya sering melihat status promo tia salon, mungkin dengan berinteraksi lewat wa sudah cukup untuk meningkatkan komunikasi dengan tia salon.
11.	Menurut Anda, apakah tempat baru di Tia Salon lebih nyaman dibandingkan dengan tempat sebelumnya??	Iya, lebih nyaman banget. Tempatnya lebih luas dan terang, terus fasilitasnya juga lebih lengkap. Jadi, lebih enak buat relaksasi dan menikmati perawatan.



LAMPIRAN





Pricelist

Tia Salon

Nail art Tangan	70.000
Nail art Kaki	70.000
Hena Alis	35.000
Keriting bulumata	45.000
Eyelash Natural	100.000
Eyelash Double	120.000
Eyelash Volume	150.000

Wa :0822 1320 3034



Diskon Merdeka

Tia Salon

- Creambath 25.000
- Hair Mask Produk 50.000
- Facial Galvanik 50.000
- Totok Wajah 30.000
- Lulur badan 50.000
- Smoothing 200 - 280 🍷
- Hena alis 25.000
- Nail art polos 40.000 🍷
- Nail art simple 60 - 76 🍷
- Nail art extention 100 - 150 🍷
- Eyelash Natural 75.000 🍷
- Eyelash Double 85.000 🍷
- Eyelash Volume 100.000 🍷

Jangan sampai kelewatan promonya 🍷🍷
Hub WA 0822.1320.3034



08.39

Anda
halo bu shannon emang bu
pagi kak 08.10

Anda
bagaimana bu sama hasil coloring rambut di Tia salon ? suka
tidak dengan hasil nya ? 🍷
sukaaa bgt kaaa, rambut ku di warnain nya bagus rata
bgt 08.11

Anda
atau ada masukan bu, dari pelayanan kami, atau dari produk
kami ? A
ndak ada kakk udah bagus bgt pelayanan nya rambut ku
aba di cat di salon kk-ig di ksh vitamin lagi, terus gabikin
kering after di cat nya. Top bgt🍷🍷🍷🍷 08.11

08.12

Ketik pesan



07.46

layh s okta lg kontrol ke rs 08.46

Anda
Pernh di pegang ga sm dia diu? 08.48

Nga kyanya deh 08.49

Ohh klo kurang apa big aja yah 08.49

Iya ci 08.48

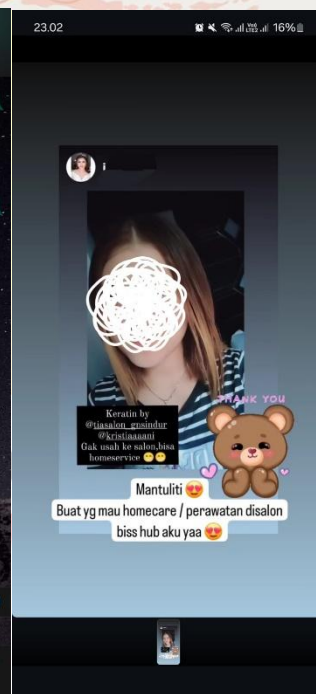
08.48

08.49

Klitan bgt yg uda sama yg bim
langsung beda hasilnya 🍷 08.52

Ci aku uda slesai, peni pedi, cream baru, kutek
tangan kaki, sama anak aku creambat meni
pedi jua 10.48

Jadi brapa 11.04



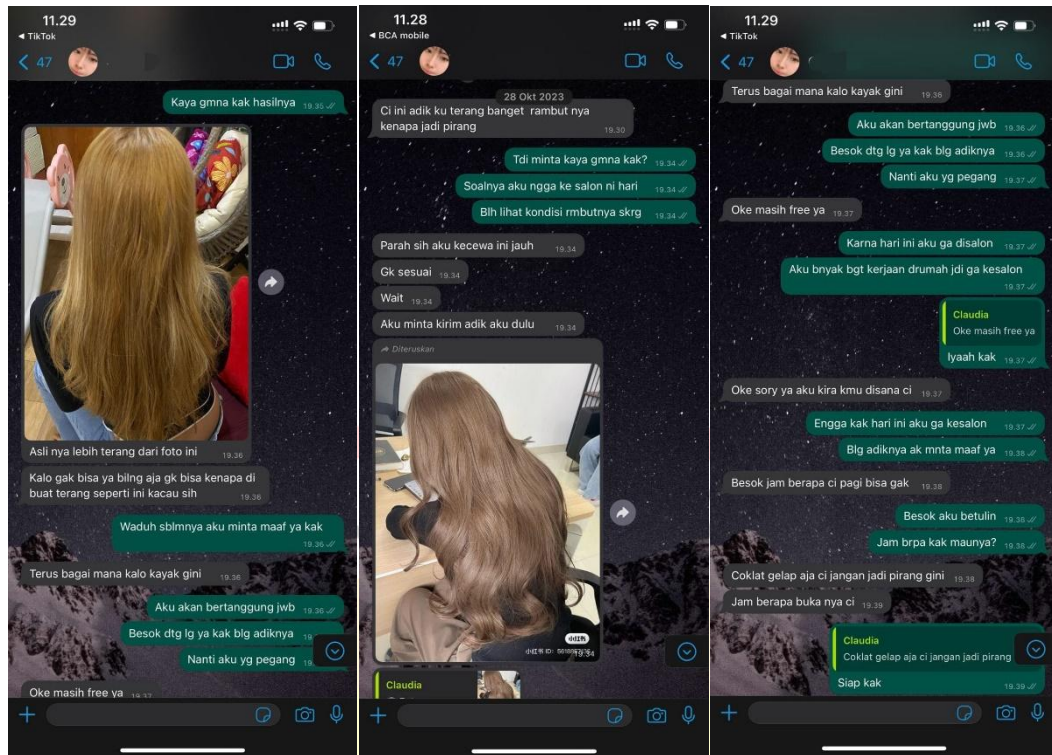
23.02

08.48

Keratin by
@tiasalon_grandeur
@kittasami
Gak usah ke salon, bisa
home service 🍷🍷

Mantuliti 🍷🍷

Buat yg mau homecare / perawatan disalon
biss hub aku yaa 🍷🍷



Manfaat Ratus

- MEMBERSIHKAN ORGAN KEWANITAAN
- MENGATASI KEPUTIHAN
- MENGHILANGKAN BAU TDK SEDAP
- ORGAN V JADI LEBIH KESAT

Ratus 30 K

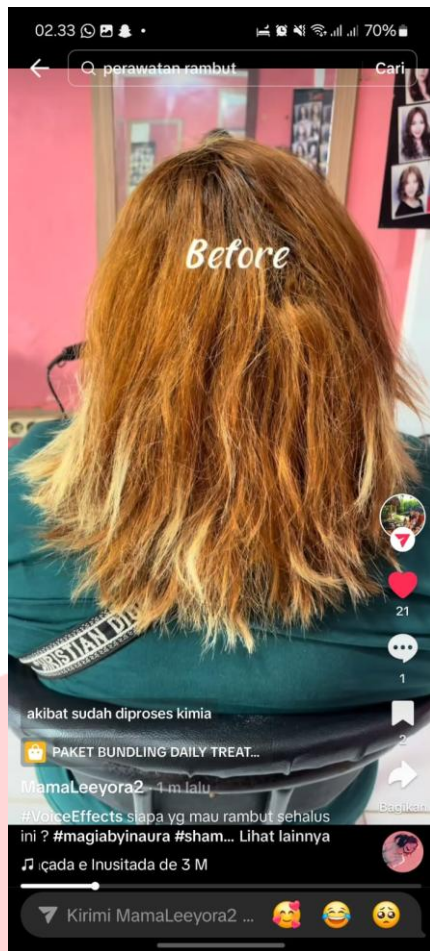
082213203034
Tia Salon Ps prungpung

Manfaat Refleksi

- MELANCARKAN HAD
- MENGATASI STRESS
- MELANCARKAN PEREDARAN DARAH
- MENGURANGI GEJALA PENYAKIT

Refleksi 20 K

082213203034
Tia Salon Ps prungpung





**UNIVERSITAS
BUDDHI DHARMA**

Kreativitas Membangkitkan Inovasi

July 29, 2024

Editor Explanation:

Dears Zien Puspita,

Thank you for your trusts in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID : 20200400011
Faculty : Ilmu Komunikasi
Title : strategi komunikasi pemasaran f&a salon dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.
Prodi: ilmu komunikasi
Type : Thesis

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

Word Count : 16934
Character Count : 127945
Similarity Index : 19%
Internet Source : 19%
Publication : 8%
Student Paper : 10%
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

FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir

Tangerang 15115 - Banten

Telp. 021 - 5517853, Fax. 021 - 5586820



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang
021 5517853 / 021 5586822 | admin@buddhidharma.ac.id

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20200400011
Nama Mahasiswa : ZIEN PUSPITA
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2024/2025 Ganjil
Dosen Pembimbing : Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TIA SALON DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

Tanggal	Catatan	Paraf
2024-04-04	Konsultasi Judul	
2024-04-18	bab 1	
2024-04-25	bab 1	
2024-05-02	bab 2	
2024-05-09	bab 2	
2024-05-16	Bab 3	
2024-05-20	bab 4	
2024-07-07	Revisi Bab IV	
2024-07-20	Pengajuan Bab V	
2024-07-25	Final Revisi Bab V	

Mengetahui

Ketua Program Studi



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom

Tangerang, 06 September 2024

Pembimbing



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom