

ABSTRAK

Aprilla Nada Sasmith 10817894

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KECANTIKAN ERHA CLINIC KOTA KASABLANKA JAKARTA DALAM MEMBANGUN LOYALITAS KONSUMEN

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Erha Clinic, Loyalitas, Konsumen

(xii + 46 +55 Lampiran)

Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi komunikasi pemasaran kecantikan erha clinic dalam membangun loyalitas Konsumen. Di dalam penulisan Penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, dan paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Integrated Marketing Communication (IMC). Hasil Penelitian ini menunjukan Erha menawarkan prodak yang bersifat mampu memenuhi kebutuhan yang Konsumen butuhkan. Dalam mempromosikan prodak kepada Konsumen terkait skincare yang merupakan prodak dari erha clinic, beberapa cara telah dilakukan yang di antara nya dengan menggunakan media social dan media lain nya. Loyalitas yang dirasakan erha clinic sendiri memenuhi beberapa karakteristik loyalitas seperti Melakukan pembelian ulang secara teratur dan Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Daftar Pustaka: 2002 - 2015