



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI WORD
OF MOUTH (WOM) DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN
(Studi kasus pada Klinik Kesehatan Prima di Tanah Sereal
Jakarta Barat)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
DIANA FITRIA
44322110012

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI WORD
OF MOUTH (WOM) DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN
(Studi kasus pada Klinik Kesehatan Prima di Tanah Sereal
Jakarta Barat)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**DIANA FITRIA
44322110012**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

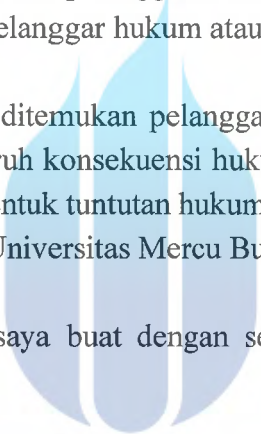
Nama : Diana Fitria
NIM : 44322110012
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Advertising & Marcomm

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul: "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI WORD OF MOUTH (WOM) DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus di Klinik Prima Tanah Sereal Jakarta Barat)" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 16 Juli 2026


UNIVERSITAS
MERCU BUANA


Diana Fitria

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Diana Fitria
NIM : 44322110012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marcomm

Dengan judul “ STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI WORD OF MOUTH (WOM) DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus di Klinik Prima Tanah Sereal Jakarta Barat” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 18 Agustus 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 17%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Agustus 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin, M.I.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Diana Fitria
NIM : 44322110012
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
MELALUI WORD OF MOUTH (WOM) DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus di Klinik Prima Tanah Sereal Jakarta
Barat)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 10 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:
Pembimbing

(Yuliawati, S.Sos., M.Ikom.)

NIDN/NUPTK : 0306097205

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Agustus 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

NIDN/NUPTK : 03181166001

(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

NIDN/NUPTK : 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng. Selaku Rektorat Universitas Mercu Buana
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana beserta jajarannya yang telah memberikan izin bagi penelitian untuk melakukan penelitian.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Yuliawati, S.Sos, M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengetahuan dalam penyusunan proposal skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmu.
6. Kepada Klinik Pratama Prima serta atasan saya dr Dewi Tannia yang telah memberikan kesempatan, dukungan dan kerjasamanya dalam pelaksanaan penelitian ini.
7. Teristimewa kepada kedua orang tuaku tercinta dan tersayang, Mama Fitri Yenni dan Papa Syamsuardi. Terima kasih atas segala doa dan restu selama ini, terima kasih telah memenuhi kebutuhan akademik-ku sampai sejauh ini, an terima kasih atas semua dukungan serta selalu memberi semangat dalam menjalankan masa-masa perkuliahan.
8. Kepada kakaku Mailandaredona yang telah memberika dukungan, motivasi, arahan serta memberikan semangat dalam menjalankan perkuliahan ini.

9. Untuk diriku, aku sangat bangga dan berterima kasih. Dengan kekurangan yang ada di dalam keluarga, kamu terus tumbuh dan berproses dengan sangat baik, terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Percaya kepada allah swt, apapun yang kamu lewatin kemarin, akan ada hari bahagia yang kamu tuai.
10. Serta teman-teman bidang Studi Advertising & Marketing Communication Kampus Meruya. Dukungan, kerja sama, dan semangat kalian selama proses belajar mengajar sangat berarti bagi kami. Diskusi-diskusi produktif, ide-ide kreatif, serta sumbangsih pemikiran dari kalian semua telah membantu dalam penyusunan tugas ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 16 Juli 2026



Diana Fitria

44322110012



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Diana Fitria
NIM : 44322110012
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Advertising & Marcomm
Judul Tugas Akhir : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
MELALUI WORD OF MOUTH (WOM) DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus di Klinik Prima Tanah Sereal Jakarta Barat)

Dalam pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusif Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Juli 2026
Yang menyatakan,



Diana Fitria

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI WORD OF MOUTH (WOM) DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

(Studi kasus pada Klinik Kesehatan Prima di Tanah Sereal Jakarta Barat)

DIANA FITRIA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran melalui Word of Mouth (WOM) dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di Klinik Pratama Prima, Tanah Sereal, Jakarta Barat. Fokus penelitian adalah penerapan strategi komunikasi pemasaran melalui Word of Mouth serta perannya dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Subjek penelitian terdiri atas 6 informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilik klinik, tenaga kesehatan, serta pasien lama dan pasien baru yang memiliki pengalaman terkait pelayanan di Klinik Pratama Prima. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis tematik Braun dan Clarke (2006) melalui tahapan pengenalan data, pengkodean, pencarian tema, peninjauan tema, penamaan tema, dan penyusunan laporan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran melalui Word of Mouth di Klinik Pratama Prima dibangun melalui kualitas pelayanan yang baik, komunikasi interpersonal yang efektif antara tenaga kesehatan dan pasien, sikap ramah, pemberian informasi kesehatan yang jelas, serta pengalaman positif pasien selama menerima pelayanan. Pengalaman positif tersebut mendorong pasien untuk merekomendasikan klinik kepada keluarga, teman, dan kerabat sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga menemukan bahwa konsistensi pelayanan dan kualitas komunikasi menjadi faktor penting dalam memperkuat penyebaran rekomendasi positif dari pasien. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran melalui Word of Mouth memiliki peran yang signifikan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di Klinik Pratama Prima, sehingga peningkatan kualitas pelayanan dan hubungan interpersonal perlu terus dipertahankan untuk mendukung keberlangsungan klinik.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, *Word of Mouth*, Loyalitas Pelanggan, Studi Kasus, Klinik Pratama Prima.

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI WORD OF MOUTH
(WOM) DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi kasus pada Klinik Kesehatan Prima di Tanah Sereal Jakarta Barat)**

DIANA FITRIA

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing communication strategy utilizing Word of Mouth (WOM) to maintain customer loyalty at Klinik Pratama Prima in Tanah Sereal, West Jakarta. The research focuses on the implementation of this WOM strategy and its role in building and sustaining customer loyalty. Adopting a constructivist paradigm, the study employs a qualitative approach and a case study method. The research subjects comprised six informants selected via purposive sampling: the clinic owner, healthcare professionals, and both long-standing and new patients with experience regarding the services at Klinik Pratama Prima. Data collection involved in-depth interviews, observation, and documentation. Data analysis utilized Braun and Clarke's (2006) thematic analysis framework, proceeding through stages of data familiarization, coding, theme searching, theme reviewing, theme naming, and report writing. The results indicate that the WOM marketing communication strategy at Klinik Pratama Prima is built upon high-quality service, effective interpersonal communication between healthcare staff and patients, a friendly demeanor, the provision of clear health information, and positive patient experiences during service delivery. These positive experiences encourage patients to recommend the clinic to family, friends, and acquaintances, thereby boosting public trust and sustaining customer loyalty. The study also identifies service consistency and communication quality as crucial factors in reinforcing the spread of positive patient recommendations. Consequently, it can be concluded that the WOM marketing communication strategy plays a significant role in maintaining customer loyalty at Klinik Pratama Prima; therefore, the quality of service and interpersonal relationships must be consistently upheld to ensure the clinic's sustainability.

Keywords : Marketing Communication Strategy, Word of Mouth, Customer Loyalty, Case Study, Klinik Pratama Prima.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Penerapan Penelitian Terdahulu	14
2.3 Komunikasi Terapeutik	17
2.3.1 Tujuan Komunikasi Terapeutik	18
2.3.2 Komponen Komunikasi Terapeutik.....	20
2.3.3 Prinsip-Prinsip Komunikasi Terapeutik	21
2.4 Komunikasi Interpersonal	23
2.4.1 Tujuan Komunikasi Interpersonal	25

2.4.2 Unsur-Unsur Komunikasi Interpersonal	26
2.4.3 Model Komunikasi Interpersonal	28
2.4.4 Prinsip-Prinsip Komunikasi Interpersonal.....	29
2.5 Pelayanan Klinik Kesehatan.....	29
2.6 Komunikasi Word of Mouth (WOM)	30
2.6.1 Amplified WOM.....	33
2.6.2 Indikator-Indikator WOM	33
2.6.3 Electronic WOM.....	34
2.6.4 Manfaat Melakukan WOM.....	36
2.6.5 Faktor-Faktor Komunikasi Word of Mouth	36
2.6.6 Strategi Marketing Word of Mouth	39
2.6.7 Implementasi Word of Mouth dalam Menarik Pasien.....	39
2.7 Strategi Komunikasi.....	42
2.7.1 Definisi Strategi.....	43
2.7.2 Definisi Komunikasi.....	45
2.7.3 Komunikasi Pemasaran	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1 Paradigma Penelitian	50
3.2 Metode Penelitian.....	50
3.3 Subyek Penelitian	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.1 Data Primer	53
3.4.2 Data Sekunder.....	54
3.5 Teknik Analisis Data	54
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	55
4.1.1 Profil Klinik Pratama Prima	57
4.1.2 Visi Klinik Pratama Prima.....	57
4.1.3 Misi Klinik Pratama Prima	57
4.1.4 Logo Klinik Pratama Prima	57

4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.3 Pembahasan	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	63
5.2.1 Saran Akademis	63
5.2.2 Saran Praktis bagi Klinik Pratama Prima	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	69



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	9
--	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Klinik Prima.....	57
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	69
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	74
Lampiran 3 Lampiran Dokumentasi	85

