

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Komunikasi Pemasaran
Agung Rismawan
44317120028

Strategi Promosi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Samsung Galaxy
Bibliografi : 5 Bab 96 hal + Lampiran + Buku + Internet

ABSTRAK

Persaingan antar produsen *smathphone* dengan berbagai keunggulan untuk meningkatkan penjualan, memulihkan pasar yang menurun, dan mempertahankan pasar yang diakuisisi merupakan tantangan yang harus dihadapi perusahaan perusahaan dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi yang tepat dalam mempertahankan loyalitas pelanggan Samsung Galaxy.

Peneliti mengambil beberapa teori yang menjadi pendukung dalam penelitian ini, yaitu teori mengenai komunikasi pemasaran yang menjadi aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran, bauran pemasaran, strategi pemasaran, promosi, strategi promosi, serta loyalitas pelanggan.

Metode penelitian ini adalah deskriptif dalam bentuk studi kasus, dengan bersumber pada data Primer seperti wawancara langsung dengan responden, dan data Sekunder yang diperoleh dari data kepuasaan dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian diketahui bahwa Samsung Galaxy selalu memperhatikan strategi yang tepat dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Hal yang dilakukan oleh Samsung Galaxy dalam menjalankan strategi promosi sebagai upaya mempertahankan loyalitas pelanggan antara lain dengan cara pengembangan produk, harga, periklanan, *personal selling*, *sales promotion*, dan pameran. Sedangkan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan produk Samsung diantaranya reputasi merek dan kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Samsung Galaxy, Strategi Promosi, Loyalitas Pelanggan.

Mercu Buana University
Faculty of Communication Sciences
Marketing Communication Study Program
The Great Rismawan
44317120028

Promotional Strategies In Maintaining Samsung Galaxy Customer Loyalty
Bibliography : 5 Chapter 96 p + Appendix + Book + Internet

ABSTRACT

Competition between smartphone manufacturers with various advantages to increase sales, recover a declining market, and maintain the acquired market is a challenge that companies must face in an effort to maintain customer loyalty. The purpose of this study was to determine the right promotional strategy in maintaining customer loyalty for Samsung Galaxy.

Researchers take several theories that support this research, namely the theory of marketing communication which is an important aspect in the overall marketing mission and determinants of marketing success, marketing mix, marketing strategy, promotion, promotion strategy, and customer loyalty.

This research method is descriptive in the form of case studies, sourced from primary data such as direct interviews with respondents, and secondary data obtained from satisfaction data and documentation.

The results of the study show that Samsung Galaxy always pays attention to the right strategy in maintaining customer loyalty. Things that are done by Samsung Galaxy in carrying out promotional strategies as an effort to maintain customer loyalty include product development, pricing, advertising, personal selling, sales promotion, and exhibitions. While the factors that can affect customer loyalty in using Samsung products include brand reputation and service quality.

Keywords: Samsung Galaxy, Promotion Strategy, Customer Loyalty.