

## ABSTRAK

Nama : Nita Rahayu  
NIM : 2018-0501-029  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Vendor CV. Sukses Mandiri Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di Masa Pandemi Covid19  
Jumlah Halaman : 69 Halaman

Strategi Komunikasi Pemasaran Vendor CV. Sukses Mandiri Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada masa Pandemi Covid-19. Fokus kajian ini adalah guna memahami bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh vendor CV. Sukses Mandiri dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya pada masa pandemi Covid-19 serta apa saja hambatannya dalam penerapan strategi yang dilakukan. Tujuan dalam kajian ini yaitu guna memahami secara komprehensif terkait strategi komunikasi pemasaran apa saja yang digunakan CV. Sukses Mandiri guna mempertahankan loyalitas pelanggannya di masa pandemi Covid-19. Metode yang diterapkan dalam kajian ini merupakan kualitatif dalam bentuk deskriptif. Dalam penelitian ini terdapat 2 *key informan* yaitu yang terdiri dari manajemen *marcomm* dan *marketing* CV. Sukses Mandiri serta 2 informan tambahan yaitu pelanggan tetap CV. Sukses Mandiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran, vendor CV. Sukses Mandiri menggunakan *tools direct marketing* dan *personal selling*. Dengan *tools* yang digunakan, perusahaan berusaha mempertahankan pelanggannya agar bisa loyal terhadap perusahaan dengan cara memberikan kualitas produk serta kualitas pelayanan dengan semaksimal mungkin. Adapun hambatan yang terjadi dalam penerapan strategikomunikasi pemasaran ini adalah strategi yang diterapkan masih kurang maksimal karena sebatas online akibat pandemi serta rusaknya harga pasar akibat persaingan antar vendor. Jenis penelitian ini yaitu kualitatif dengan metode deskriptif. Sumber data didapatkan melalui metode pengamatan, wawancara serta dokumentasi.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Kualitas, Loyalitas

## **ABSTRACT**

*Name* : Nita Rahayu  
*NIM* : 2018-0501-029  
*Title* : *Marketing Communication Strategy Vendor CV. Success  
Independent in Maintaining Customer Loyalty During the Covid  
19 Pandemic*  
*Page* : 69 Page

*Vendor Marketing Communication Strategy CV. Mandiri's Success in Maintaining Customer Loyalty During the Covid-19 Pandemic. The focus of this research is to find out how the marketing communication strategy implemented by CV vendors. Mandiri's success in maintaining customer loyalty during the Covid-19 pandemic and what are the obstacles in implementing the strategy carried out. The purpose of this study is to find out more deeply about what marketing communication strategies are used by CV. Mandiri's success in maintaining customer loyalty during the Covid-19 pandemic. The method used in this research is qualitative in descriptive form. In this study, there are 2 key informants, namely the management of marcomm and marketing CV. Sukses Mandiri and 2 additional informants, namely regular customers of CV. Independent Success. The results showed that in the application of marketing communication strategies, vendors CV. Sukses Mandiri uses direct marketing and personal selling tools. With the tools used, the company tries to keep its customers loyal to the company by providing product quality and service quality as much as possible. The obstacles that occur in the implementation of this marketing communication strategy are that the strategies applied are still not optimal because they are limited to online due to the pandemic and the damage to market prices due to competition between vendors. This type of research is qualitative with descriptive method. Sources of data obtained through the method of observation, interviews and documentation..*

*Keywords: Marketing Communication Strategy, Quality, Loyalty*