

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
MOTTO HIDUP	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	6
1.5 Kajian Penelitian yang Relevan	7
1.6 Landasan Pemikiran	15
1.6.1 Landasan Teoritis.....	15
1.6.2 Landasan Konseptual.....	16
1.6.2.1 Komunikasi.....	16
1.6.2.2. <i>Marketing Public Relations</i>	17
1.6.2.3 Loyalitas	19
1.7 Langkah-Langkah Penelitian	20
1.7.1 Lokasi Penelitian	20
1.7.2 Paradigma dan Pendekatan	20
1.7.3 Metode Penelitian	21
1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data	22
1.7.4.1 Jenis Data.....	22
1.7.4.2 Sumber Data	22
1.7.5 Teknik Penentuan Informan	23
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data	24
1.7.7 Teknik Analisis Data	25
1.7.8 Rencana Jadwal Penelitian	27
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	29
2.1 Komunikasi	29
2.1.1 Unsur-unsur Komunikasi.....	30
2.2 Komunikasi Marketing.....	32
2.2.1 Tujuan Komunikasi Marketing.....	33

2.3 Marketing	35
2.3.1 Mix Marketing	36
2.4 <i>Marketing Public Relations</i>	37
2.4.1 <i>Peranan Marketing Public Relations</i>	40
2.4.2 <i>Tujuan Marketing Public Relations</i>	41
2.5 <i>Three Ways Strategy</i>	43
2.6 Loyalitas Pelanggan	45
2.6.1 Dimensi Loyalitas Pelanggan	46
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	49
3.1.1 Profil Perusahaan	49
3.1.2 Visi dan Misi	51
3.1.2.1 Visi	51
3.1.2.2 Misi	51
3.1.3 Logo dan Tagline Hijabgrak	52
3.1.4 Struktur Organisasi	52
3.1.5 Profil Informan	53
3.2 Hasil Penelitian	54
3.2.1 Push Strategi yang Dilakukan Hijabgrak dalam Membangun Loyalitas Pelanggan	57
3.2.1.1 Menyediakan Berbagai Macam dan Jenis Produk di luar Produksi Hijabgrak	58
3.2.1.2 Mengembangkan Penjualan secara Langsung melalui Pembukaan Reseller	60
3.2.1.3 Membuka Stand di Event Berskala Nasional dan Internasional	62
3.2.1.4 Memberikan Promo Khusus pda Hari Tertentu di Offline Store Hijabgrak	66
3.2.2 Pull Strategy yang Dilakukan Hijabgrak dalam Membangun Loyalitas Pelanggan	69
3.2.2.1 Memanfaatkan Fitur Live Streaming di E-Commerce Shopee	69
3.2.2.2 Memberikan Promo pada saat Tanggal Kembar di E-Commerce Shopee	73
3.2.2.3 Memberikan Harga Spesial kepada Member	74
3.2.3 Pass Strategy yang Dilakukan Hijabgrak dalam Membangun Loyalitas Pelanggan	76
3.2.3.1. Memberikan Kontribusi kepada Masyarakat Sekitar (Layanan Print Gratis, Senam Bersama dan Pelatihan Menjahit)	78
3.2.3.2 Mengadakan Kegiatan Sosial sebagai Sponshor dalam Event yang sejalan dengan Visi dan Misi Hijabgrak	80
3.2.3.3 Menerima Kunjungan Taman Kanan-kanak	83
3.3 Pembahasan	87
3.3.1 Push Strategi yang Dilakukan Hijabgrak dalam Membangun	

Loyalitas Pelanggan.....	88
3.3.1.1 Menyediakan Berbagai Macam dan Jenis Produk di luar Produksi Hijabgrak	89
3.3.1.2 Mengembangkan Penjualan secara Langsung melalui Pembukaan Reseller	90
3.3.1.3 Membuka Stand di Event Berskala Nasional dan Internasional	92
3.3.1.4 Memberikan Promo Khusus pda Hari Tertentu di Offline Store Hijabgrak	94
3.3.2 Pull Strategy yang Dilakukan Hijabgrak dalam Membangun Loyalitas Pelanggan	95
3.3.2.1 Memanfaatkan Fitur Live Streaming di E-Commerce Shopee	96
3.3.2.2 Memberikan Promo pada saat Tanggal Kembar di E-Commerce Shopee.....	98
3.3.2.3 Memberikan Harga Spesial kepada Member	99
3.3.3 Pass Strategy yang Dilakukan Hijabgrak dalam Membangun Loyalitas Pelanggan	101
3.3.3.1. Memberikan Kontribusi kepada Masyarakat Sekitar (Layanan Print Gratis, Senam Bersama dan Pelatihan Menjahit)	102
3.3.3.2 Mengadakan Kegiatan Sosial sebagai Sponshor dalam Event yang sejalan dengan Visi dan Misi Hijabgrak	104
3.3.3.3 Menerima Kunjungan Taman Kanan-kanak.....	105
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	108
4.1 Simpulan.....	108
4.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 1.3 Jadwal Penelitian.....	27
Tabel 3.1 Profil Informan.....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Brand Oursis.....	50
Gambar 3.2 Brand Agry	50
Gambar 3.3 Brand Naiqgazi.....	51
Gambar 3.4 Logo Hijabgrak	52
Gambar 3.5 Struktur Organisasi Hijabgrak.....	52
Gambar 3.6 Offline Store Hijabgrak.....	60
Gambar 3.7 Stand Event International Hijab Work di Trans Studio Bandung	64
Gambar 3.8 Membuka Stand di Pasar Cikubang	66
Gambar 3.9 Push Strategy Hijabgrak dalam Membangun Loyalitas Pelanggan	68
Gambar 3.10 Dubalik Layar Live Streaming di Shopee	72
Gambar 3.11 Pull Strategy Hijabgrak dalam Membangun Loyalitas Pelanggan.....	77
Gambar 3.12 Kegiatan Senam Bersama.....	79
Gambar 3.13 Hijabgrak Menjadi Sponshor Event	82
Gambsr 3.14 Kegiatan Kunjungan TK	86
Gambar 3.15 Pass Strategy Hijangrak dalam Membangun Loyalitas Pelanggan.....	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Pemeriksaan Plagiarisme Dari Jurusan	115
Lampiran 2 Persentase Cek Turnitin Dari Jurusan	116
Lampiran 3 Surat Keputusan Skripsi	117
Lampiran 4 Surat Permohonan Izin Penelitian	118
Lampiran 5 Surat Diterima Izin Penelitian	119
Lampiran 6 Data Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing I	120
Lampiran 7 Data Proses Bimbingan Skripsi Pembimbing II	121
Lampiran 8 Draft Pertanyaan Penelitian	122
Lampiran 9 Dokumentasi Wawancara Penelitian	123

