# ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN

**(STUDI KASUS PADA PT. KAPEDI SAMUDERA JAYA SURABAYA)**

# S K R I P S I


**Disusun oleh :**

**MOHAMAT RIKO HANAFI**
**NIM : A.22.01.038**


**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
**UNIVERSITAS TEKNOLOGI SURABAYA**
**2026**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama | : Mohamat Riko Hanafi |
| NIM | : A.22.01.038 |
| Tempat/Tanggal lahir | : Nganjuk, 18 Januari 1992 |
| Program Studi | : Manajemen |
| Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis |
| Nomor Hp/email | : 085736800031/ hanafi.riko01@gmail.com |

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN STUDI KASUS PADA PT. KAPEDI SAMUDERA JAYA SURABAYA bebas dari plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari makalah dan karya ilmiah dari hasil-hasil penelitian tersebut terdapat indikasi plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di: Surabaya

Pada tanggal: 14 November 2026

Yang membuat pernyataan

Materai Rp. 10.000

Mohamat Riko Hanafi

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN STUDI KASUS PADA PT. KAPEDI SAMUDERA JAYA SURABAYA**

Oleh

MOHAMAT RIKO HANAFI
NIM: A.22.01.038

Telah disetujui untuk mengikuti ujian Skripsi pada tanggal 28 September 2026

| Dosen Pembimbing I | Dosen Pembimbing II |
|---|---|
| Suryati Eko Putro, S.E., M.M | Novie Noordiana Rachma Yulia, S.E., M.M |
| NIDN : 0720086903 | NIDN : 0703117503 |

## LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas akhir oleh Mohamat Riko Hanafi, A.22.01.038 dengan judul " Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada PT. Kapedi Samudera Jaya Surabaya" telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diajukan.

Dosen Pembimbing I — Tanggal

Suryati Eko Putro, SE., MM — 18-09-2026
NIDN: 0720086903

Dosen Pembimbing II — Tanggal

Novie Noordiana Rachma Yulia, S.E., M.M — 18-09-2026
NIDN : 0703117503

Mengetahui,
Kaprodi S1 Manajemen

Dra. Wahyu Rochana, M.M., M.B.A.
NIDN : 0704036502

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas nama Mohamat Riko Hanafi, NIM: A.22.01.038, yang berjudul **"Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada PT. Kapedi Samudera Jaya Surabaya."** Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Surabaya pada tanggal 28 September 2026.

Pembimbing :

Pembimbing I

Suryati Eko Putro, SE., MM
NIDN: 0720086903

Pembimbing II

Novie Noordiana Rachma Yulia, S.E., M.M
NIDN : 0703117503

Tim Penguji :

Ketua Penguji

Dra. Wahyu Rochana, M.B.A.,M.M.
NIDN: 0704036502

Anggota Penguji I

Dody Yanuar Suryowibowo, S.E.,M.M., C.EK.
NIDN: 0714016901

Anggota Penguji II

Suryati Eko Putro, S.E.,M.M.
NIDN: 0720086903

Anggota Penguji III

Novie Noordiana Rachma Yulia, S.E, M.M.
NIDN : 0703117503

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Teknologi Surabaya

Novie Noordiana Rachma Yulia, S.E, M.M.
NIDN : 0703117503

# KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi ini dengan judul:

"ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN STUDI KASUS PADA PT. KAPEDI SAMUDERA JAYA SURABAYA"

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Surabaya. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. Apt. Gunawan Pamudji Widodo, S.Si., M.Si. selaku Rektor Universitas Teknologi Surabaya.
2. Bapak Dr. Agus Purbo Widodo, S.T., M.M. selaku Wakil Rektor Senior Universitas Teknologi Surabaya.
3. Ibu Novie Noordiana Rachma Yulia, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Surabaya dan juga selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan, motivasi, serta bimbingan yang sangat berharga bagi penulis selama penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Suryati Eko Putro, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, koreksi, bimbingan, dan ilmu yang sangat bermanfaat dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh jajaran dosen dan staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, arahan, serta bantuan selama penulis menempuh pendidikan.

6. Pimpinan dan seluruh pihak PT. Kapedi Samudera Jaya Surabaya yang telah memberikan izin serta membantu penulis dalam proses penelitian dan pengumpulan data yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini.
7. Para informan penelitian dan pelanggan PT. Kapedi Samudera Jaya Surabaya yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi, pengalaman, dan keterangan yang mendukung pelaksanaan penelitian.
8. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan moral, materi, semangat, serta doa yang tidak pernah terputus bagi kelancaran dan keberhasilan penulis dalam menyelesaikan pendidikan.
9. Calon Istriku "Binti Adeta Saptanuri" yang selalu senantiasa memberikan doa, semangat, dan dukungan moral dalam setiap langkah penyusunan skripsi ini. Kehadiran dan motivasi darinya menjadi sumber kekuatan yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Rekan-rekan mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 serta semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan semangat selama proses perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu Manajemen, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran dan loyalitas pelanggan, serta dapat menjadi bahan masukan bagi PT. Kapedi Samudera Jaya Surabaya dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.

Surabaya, 20 September 2026

Penulis

# DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... ii
ABSTRACT ..... iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ..... iv
LEMBAR PERSETUJUAN ..... vi
LEMBAR PENGESAHAN ..... vii
KATA PENGANTAR ..... viii
DAFTAR ISI ..... x
DAFTAR TABEL ..... xiv
DAFTAR GAMBAR ..... xv
DAFTAR LAMPIRAN ..... xvi
BAB I ..... 1
PENDAHULUAN ..... 1
1.1 Latar Belakang ..... 1
1.2 Identifikasi Masalah ..... 5
1.3 Rumusan Masalah ..... 6
1.4 Tujuan Penelitian ..... 6
1.5 Batasan Masalah ..... 7
1.6 Manfaat Penelitian ..... 8
1.7 Sistematika Penulisan ..... 10
BAB II ..... 12
TINJAUAN PUSTAKA ..... 12
2.1 Strategi ..... 12
2.1.1 Pengertian Strategi ..... 12
2.1.2 Tingkatan Strategi ..... 13
2.1.3 Unsur/Komponen Strategi ..... 14
2.1.4 Teori Strategi Henry Mintzberg (5P) ..... 15
2.2 Komunikasi Pemasaran ..... 16
2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran ..... 17
2.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran (*Promotion Mix*) ..... 17

2.2.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication* - IMC) ..... 19
2.2.4 Tujuan dan Fungsi Komunikasi Pemasaran ..... 23
2.3 Loyalitas Pelanggan ..... 23
2.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan ..... 24
2.3.2 Karakteristik Pelanggan Loyal ..... 24
2.3.3 Tahapan Loyalitas ..... 25
2.3.4 Indikator Loyalitas Pelanggan ..... 26
*2.4 Supply Chain Operations Reference (SCOR)* ..... 27
2.5 Penelitian Terdahulu ..... 29
2.5.1 Narasi Analitis Penelitian Terdahulu ..... 30
2.5.2 *Research Gap* (Kesenjangan Penelitian) ..... 31
2.5.3 Relevansi Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Ini ..... 33
2.6 Kerangka Pemikiran ..... 35
2.7 *Sustainable Development Goals* (SDGs) dalam Perspektif Bisnis ..... 37
2.7.1 Konsep dan Relevansi SDG 8 ..... 38
2.7.2 Indikator Capaian SDG 8 ..... 38
2.7.3 Sinergi Strategi Industri dan SDG 8 ..... 39
BAB III ..... 41
METODOLOGI PENELITIAN ..... 41
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian ..... 41
3.1.1 Fokus Penelitian ..... 43
3.1.2 Instrumen Penelitian ..... 48
3.2 Sumber dan Jenis Data ..... 51
3.2.1 Data Primer ..... 51
3.2.2 Data Sekunder ..... 52
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian ..... 53
3.3.1 Lokasi Penelitian ..... 53
3.3.2 Waktu Penelitian ..... 55
3.4 Subjek dan Informan Penelitian ..... 56
3.4.1 Informan Kunci (*Key Informant*): Manajer Pemasaran atau General Manager ..... 57
3.4.2 Informan Utama: Staf Bagian PPIC atau Layanan Pelanggan ..... 57

3.4.3 Informan Pendukung/Sampel: Pelanggan Tetap ..... 58
3.5 Teknik Pengumpulan Data ..... 60
3.5.1 Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*) ..... 60
3.5.2 Observasi Partisipatif ..... 61
3.5.3 Dokumentasi ..... 61
3.6 Teknik Analisis Data (Model Miles, Huberman dan Saldaña) ..... 62
3.6.1 Reduksi Data (*Data Reduction*) ..... 62
3.6.2 Penyajian Data (*Data Display*) ..... 63
3.6.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi ..... 64
3.7 Teknik Keabsahan Data ..... 65
3.7.1 Triangulasi Sumber ..... 65
3.7.2 Triangulasi Metode ..... 66
BAB IV ..... 68
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 68
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian ..... 68
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan ..... 69
4.1.2 Profil Perusahaan ..... 70
4.1.3 Aktivitas Pemasaran ..... 71
4.1.4 Karakteristik Informan ..... 72
4.2 Hasil Penelitian ..... 74
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran ..... 75
4.2.2 Hambatan Strategi Komunikasi Pemasaran ..... 85
4.2.3 Penanganan Keluhan dan Layanan Purna Jual ..... 90
4.2.4 Loyalitas Pelanggan ..... 94
4.2.5 Hasil Triangulasi Data ..... 99
4.3 Pembahasan ..... 104
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran ..... 104
4.3.2 Hambatan Strategi Komunikasi Pemasaran ..... 106
4.3.3 Keluhan dan Layanan Purna Jual ..... 108
4.3.4 Loyalitas Pelanggan ..... 110
4.3.5 Keterkaitan Strategi Komunikasi dengan Loyalitas ..... 111
4.4 Keterbatasan Penelitian ..... 114

BAB V ..... 116
PENUTUP ..... 116
5.1 Kesimpulan ..... 116
5.2 Implikasi ..... 120
5.3 Saran ..... 121
5.3.1 Bagi PT. Kapedi Samudera Jaya Surabaya ..... 121
5.3.2 Bagi *Sales* dan *Customer service* ..... 122
5.3.3 Bagi Peneliti Selanjutnya ..... 122
DAFTAR PUSTAKA ..... 124
LAMPIRAN ..... 126
LAMPIRAN 1. PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN ..... 126
LAMPIRAN 2. LEMBAR OBSERVASI ..... 128
LAMPIRAN 3. INSTRUMEN PENDUKUNG INDIKATOR LOYALITAS PELANGGAN ..... 130
LAMPIRAN 4. DAFTAR INFORMAN PENELITIAN ..... 131
LAMPIRAN 5. DOKUMENTASI PENELITIAN ..... 133
LAMPIRAN 6. TRANSKRIP WAWANCARA ..... 136

# DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 REKAP TRANSAKSI SEPULUH INFORMAN PELANGGAN PERIODE 2024–2025 ..... 3

TABEL 2.1 TEORI UTAMA DAN TEORI PENDUKUNG ..... 28
TABEL 2.2 RINGKASAN PENELITIAN TERDAHULU ..... 29
TABEL 2.3 MATRIKS OPERASIONAL KERANGKA ..... 36

TABEL 3.1 INSTRUMEN PENELITIAN ..... 48
TABEL 3.2 MATRIKS SUMBER DAN JENIS DATA ..... 53
TABEL 3.3 JADWAL PELAKSANAAN PENELITIAN ..... 55
TABEL 3.4 PROFIL DAN KRITERIA INFORMAN ..... 59

TABEL 4.1 KARAKTERISTIK INFORMAN PENELITIAN ..... 73
TABEL 4.2 HASIL TRIANGULASI DATA ..... 99

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 TINGKATAN STRATEGI ..... 14
GAMBAR 2.2 MODEL BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN (PROMOTION MIX) ..... 18
GAMBAR 2.3 CUSTOMER INTERGATED MARKETING COMMUNICATION (CIMC) ..... 21
GAMBAR 2.4 KERANGKA BERPIKIR ..... 37
GAMBAR 2.5 LOGO *SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS* (SDGS) 8 ..... 40

GAMBAR 4.1 KETERKAITAN HASIL TEMUAN PENELITIAN DENGAN TEORI ..... 114

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN ..... 126
LAMPIRAN 2. LEMBAR OBSERVASI ..... 128
LAMPIRAN 3. INSTRUMEN PENDUKUNG INDIKATOR LOYALITAS PELANGGAN ..... 130
LAMPIRAN 4. DAFTAR INFORMAN PENELITIAN ..... 131
LAMPIRAN 5. DOKUMENTASI PENELITIAN ..... 133
LAMPIRAN 6. TRANSKRIP WAWANCARA ..... 136
LAMPIRAN 7. HASIL TURNITI ..... 165

# DAFTAR PUSTAKA


Afriza, E. S. D., & Ariyani, N. (2022). MODEL KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI DALAM PENGEMBANGAN BISNIS MEDIA BERKELANJUTAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, *7*(1), 143–158.

Ahmad, R., Nawaz, M. R., Ishaq, M. I., Khan, M. M., & Ashraf, H. A. (2023). Social exchange theory: Systematic review and future directions. In *Frontiers in Psychology* (Vol. 13). Frontiers Media S.A. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1015921

Alayli, S. (2023). The Impact of Loyalty on Customer Retention: The Case of Lebanon. *International Journal of Research Publication and Reviews*, *4*(8), 1350–1359. https://doi.org/10.55248/gengpi.4.823.50765

Anshori, M. I., Caroline, Putro, S. E., & Ariyadi, M. Y. (2023). Peran Kepemimpinan Komunikasi Internal dan Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Perusahaan Telekomunikasi. *Jurnal EMT KITA*, *7*(4), 1245–1257. https://doi.org/10.35870/emt.v7i4.1672

Dhlamini, J. (2022). Strategy: An understanding of strategy for business and public policy settings. *Journal of Contemporary Management*, *19*(2), 108–134. https://doi.org/10.35683/jcm21073.161

Finne, Å., & Grönroos, C. (2017). Communication-in-use: customer-integrated marketing communication. *European Journal of Marketing*, *51*, 445–463. https://doi.org/10.1108/EJM-08-2015-0553

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How Many Interviews Are Enough?: An Experiment with Data Saturation and Variability. *Field Methods*, *18*(1), 59–82. https://doi.org/10.1177/1525822X05279903

Lestari, R. A. W. D., Sopiana, Y., Maemunah, S., & Putro, S. E. (2025). *Metode Penelitian Kualitatif: Pendekatan Studi Ekonomi dan Bisnis*. Ganesha Kreasi Semesta.

Makkarennu, Supratman, & Vega Jessica. (2024). Supply Chain Operation Reference on Plywood Industry: A Case Study in Indonesia. *The International Journal of Business & Management*, *12*(1), 69–77. https://doi.org/10.24940/theijbm/2024/v12/i1/bm2401-017

Malau, L. R. E., Yulni, T., Ulya, N. A., Fauziah, P. Y., & Lubis, Y. S. (2022). Indonesian Plywood Export Competitiveness in Global Market. *Proceedings*

*of the 7th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference (SEABC 2021)*, 11–18. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220304.002

Meriem, T., & Benachenhou, S. M. (2024). Antecedents of customers brand loyalty: an empirical study in telecommunications service market in Algeria. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, *2*(28), 86–99. https://doi.org/10.26661/2522-1566/2024-2/28-07

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd Edition). Sage Publications.

Mintzberg, H. (1987). The Strategy Concept I: Five Ps for Strategy. *California Management Review*, *30*(1), 11–24. https://doi.org/10.2307/41165263

Nasution, A. A., & Sutejo, B. (2022). *Manajemen Pemasaran*. PT Inovasi Pratama Internasional.

Ouanhlee, Dr. T. (2025). Strategic Marketing Communication: A Comprehensive Framework for Success in Contemporary Multichannel Environments. *International Journal of Social Science and Economic Research*, *10*(09), 4207–4251. https://doi.org/10.46609/IJSSER.2025.v10i09.035

Primasari, S., & Dwita, V. (2025). Customer Loyalty: A Systematic Literature Review. *Journal of Indonesian Management*, *5*(3), 14. https://doi.org/10.53697/jim.v5i3.2891

Rafida. (2025). *X. Rafida, 2025_strategi komunikasi pemasaran UMKM*.

Schiebler, T., Lee, N., & Brodbeck, F. C. (2026). Expectancy-disconfirmation and consumer satisfaction: A meta-analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *54*(1), 91–112. https://doi.org/10.1007/s11747-024-01078-x

Zehri, C., El Amin, B. M., Kadja, A., Inaam, Z., & Sekrafi, H. (2024). Decent work, financial inclusion, and economic growth: Analysis under the SDG 8. *Heritage and Sustainable Development*, *6*(1), 197–218. https://doi.org/10.37868/hsd.v6i1.370