

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

(A) JACQUELINE ANNABELL (915160160)

(B) KOMUNIKASI PEMASARAN KENNEDY, VOICE & BERLINER
DALAM MEMBANGUN LOYALITAS DENGAN KLIEN

(C) xv + 59 hlm, 2019, gambar 8, tabel 1, bagan 1, lampiran 4

(D) *PUBLIC RELATIONS*

Abstrak :

Komunikasi pemasaran diciptakan dengan tujuan utama yaitu menjual. Perusahaan – perusahaan yang menawarkan produk maupun jasa berlomba - lomba mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran guna menarik minat masyarakat dan mempertahankan loyalitas klien yang sudah menjadi pelanggan tetap. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran dan loyalitas klien. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode penelitian studi kasus dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi *non-participant*, studi pustaka dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kennedy, Voice & Berliner menjalankan bauran komunikasi pemasaran yaitu *events and experiences, public relations and publicity, direct marketing, word-of-mouth marketing*, dan *personal selling*. Klien Kennedy, Voice & Berliner memiliki keterikatan yang tinggi dan didukung dengan tingkat pembelian ulang yang tinggi, adanya timbal balik dan rasa puas klien terhadap Kennedy, Voice & Berliner sehingga memakai jasa konsultan *public relations* Kennedy, Voice & Berliner secara terus-menerus.

Kata kunci : Komunikasi pemasaran, loyalitas, klien, Kennedy Voice & Berliner

(E) Daftar Pustaka 22 Buku (2002-2017), 2 jurnal, 1 website

(F) Yugih Setyanto, S.Sos., M.Si.

(G) Sisca Aulia S.I.Kom., M.Si.