

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relation**

ABSTRAKSI

**Alvi Yudhistarini
20030530061**

Ilmu Komunikasi

Studi deskriptif kualitatif tentang “Strategi Komunikasi Pemasaran Pamella Swalayan sebagai Swalayan Lokal dalam Membangun Loyalitas Konsumen di Yogyakarta”.

88 halaman, 12 lampiran, 23 buku, 3 situs, 1 surat kabar (1984-2006)

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran Pamella Swalayan sebagai swalayan lokal dalam membangun loyalitas konsumen di Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran Pamella Swalayan dalam membangun loyalitas konsumennya. (2) Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan teknik studi deskriptif kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah analisis data sebagai berikut: (1) Pengumpulan data yaitu dengan wawancara, observasi, dan studi pustaka. (2) Reduksi data. (3) Penyajian data. (4). Kesimpulan.

Kegiatan komunikasi pemasaran atau promosi yang dijalankan oleh *Promotion & Rent Manager*. *Promotion & Rent Manager* mempunyai wewenang dalam eksplorasi segmentasi pasar, penyampaian pesan, juga penentuan media promosi yang digunakan. Komunikasi Pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan juga produknya agar bersedia membeli dan loyal terhadap perusahaan.

Strategi komunikasi pemasaran Pamella Swalayan Yogyakarta dilatarbelakangi oleh banyaknya supermarket baik lokal, nasional, bahkan internasional yang masuk ke Yogyakarta, sehingga membuat persaingan semakin ketat. Melalui strategi komunikasi pemasaran yang terpadu Pamella Swalayan menggunakan bauran komunikasi pemasaran untuk membangun loyalitas konsumen di Yogyakarta. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa Pamella Swalayan menggunakan 3 dari 5 cara komunikasi utama dalam bauran pemasaran yakni *advertising*, *sales promotion*, dan *public relation*. Seluruh kegiatan yang dilakukan bertujuan membangun loyalitas konsumen dengan 'menjual' pengusaha lokal yang Islami sebagai satu hal yang menonjol. Maka dengan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa Pamella Swalayan telah melakukan strategi komunikasi pemasaran yang efektif untuk membangun loyalitas konsumen dengan 'menjual' sesuatu yang berbeda dengan swalayan maupun supermarket lain.

Muhammadiyah University of Yogyakarta
Social and Politic Faculty
Communication Study
Public Relations Concentrate

ABSTRACTS

Alvi Yudhistarini
20030530061

Communication Study

Qualitative descriptive study on "Marketing Communication Strategy in Pamella Swalayan as local self-service store in building up Costumers Loyalty in Yogyakarta".

88 Pages, 12 Attachments, 23 books, 3 site, 1 newspaper (1984-2006)

This research talking about how to manage marketing communications strategy Pamella Swalayan to become local store to building up Costumers Loyalty in Yogyakarta. The propose of these research are list (1) to know about how to make marketing communications strategy in Pamella Swalayan in the consumer loyalties buliding, (2) to know about these research with the study descriptive qualitative and analysis date such as: (1) bringing together such as with interview, observation, and library study (2)date reduction (3)offered date (4) conclusion.

Action marketing communications or promotion which doing of promotion and rent manager. Promotion and rent manager have authority in the market segment explore, massage, and media promotions. Marketing communications is marketing activities which to work to spread information, to flatter, to remembering interprise product to in order to prepare buy and loyal for interprise.

Mrketing communications strategy Pamella Swalayan in Yogyakarta with background there are a lot of supermarket, local, nationally, and international store comes in Yogyakarta, to compete one which other. With the united marceting communications strategy, to build consumers loyalty in Yogyakarta. This research foundation pamella Swalayan to make 3 from 5 ways communications in marketing such as, advertising, salas promotiona, and public relations. All as the action to build consumers loyalty with selling Islamic Local Interprise Pamella Swalayan have efective marketing to bulid consumers loyalty with the different ways.