

Strategi Komunikasi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Rokok Elektrik

Desi Triyanti

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal
Soedirman

cp.desitriyanti@gmail.com

ABSTRAK

Loyalitas memiliki peranan penting demi majunya suatu perusahaan khususnya dalam persaingan bisnis rokok elektrik saat ini. Pemilik usaha menerapkan berbagai strategi komunikasi pemasaran demi mempertahankan konsumennya dalam menggunakan produk dan jasa. Penelitian ini dilakukan untuk membahas strategi komunikasi pemasaran toko rokok elektrik Godspeed Vapor di kota Purwokerto baik secara langsung maupun melalui media sosial. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan paradigma konstruktivisme. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Teknik keabsahan data dengan triangulasi data. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa strategi komunikasi penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Didukung dengan media sosial digunakan sebagai jembatan komunikasi datangnya konsumen.

Kata kunci: Loyalitas, Konsumen, Sosial Media

Communication Strategies for Maintaining Consumer Loyalty to Electric Cigarettes

Communication Science, Faculty of Social and Political Sciences, Jendral Soedirman

University

cp.desitriyanti@gmail.com

ABSTRACT

Loyalty has an important role for the advancement of a company, especially in the current e-cigarette business competition. Business owners implement various marketing communication strategies to retain their consumers in using products and services. This research was conducted to discuss the marketing communication strategy of Godspeed Vapor e-cigarette shops in Purwokerto city both directly and through social media. This research methodology uses a qualitative approach with a descriptive qualitative research type and uses a constructivism paradigm. This research uses data collection techniques through interviews, observations, and literature studies. Data validity techniques with data triangulation. The results of this study state that communication strategies are important in maintaining customer loyalty. Supported by social media used as a communication bridge to come consumers.

Keywords: Loyalty, Consumer, Social Media

