

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS TWIN  
TULIPWARE DALAM MEMPERTAHANKAN  
LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi  
Periode Februari 2021 – Maret 2022)**

**Skripsi**

**Oleh:**

**Sari Youliati Wahyu Subagyo**

**201810415100**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2022**

# **STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS TWIN TULIPWARE DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

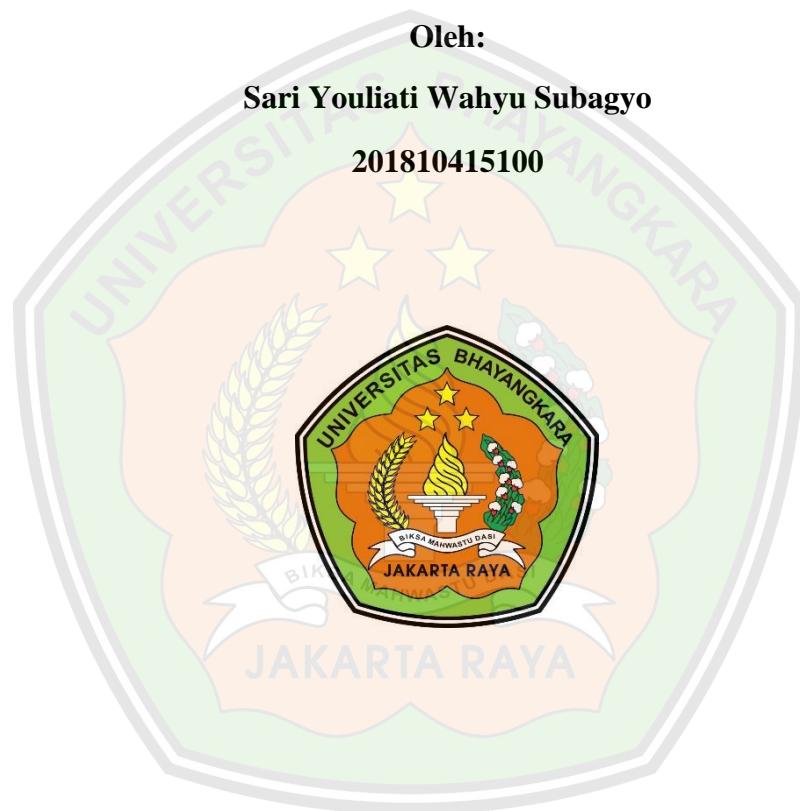
**(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi  
Periode Februari 2021 – Maret 2022)**

**Skripsi**

**Oleh:**

**Sari Youliati Wahyu Subagyo**

**201810415100**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi *Marketing Public Relations* Twin Tulipware dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi Periode Februari 2021 – Maret 2022)

Nama Mahasiswa : Sari Youliati Wahyu Subagyo

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415100

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 27 Juli 2022



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi *Marketing Public Relations* Twin Tulipware dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi Periode Februari 2021 – Maret 2022)

Nama Mahasiswa : Sari Youliati Wahyu Subagyo

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415100

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 27 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom  
NIDN. 0323127802

Penguji I : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0319048601

Penguji II : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIDN. 0327119701

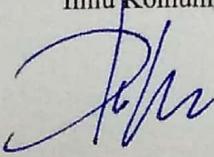
  
R.  
D.  
H.  
A.  
N.  
I.  
A.  
K.  
B.  
A.  
R.  
Y.

Ketua Program Studi

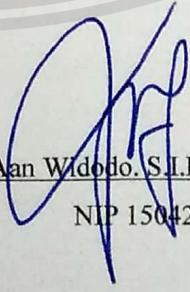
Ilmu Komunikasi

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

  
Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP 2109527

  
Dr. Aan Widodo, S.I.Kom.M.I.Kom

NIP 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul *Strategi Marketing Public Relations Twin Tulipware dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi Periode Februari 2021 – Maret 2022)* ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengijinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 05 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Sari Youliati Wahyu Subagyo

201810415100

v

## **ABSTRAK**

**Sari Youliati Wahyu Subagyo, 201810415100.** Strategi *Marketing Public Relations* Twin Tulipware dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi Periode Februari 2021 – Maret 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing public relations* yang digunakan oleh Twin Tulipware di Bekasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya selama satu tahun terakhir. Serta mengetahui analisis situasi dari strategi *marketing public relations* yang telah dilakukan oleh Twin Tulipware di Bekasi. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan Teori *Three Ways Strategy* oleh Thomas L. Harris yang terdiri dari *Pull Strategy*, *Push Strategy*, *Pass Stratgy*, dan didukung oleh beberapa kegiatan *marketing public relations* yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, strategi *marketing public relations* yang dilakukan Twin Tulipware di Bekasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan sudah cukup efektif dengan melakukan *Pull Strategy*, seperti mempersiapkan *identity media* perusahaan dan publikasi melalui pendekatan secara langsung ke masyarakat dan memanfaatkan beberapa platform media *online*. *Push Strategy*, dengan mengadakan beragam *event* seperti bazar, pameran, demo masak, demo produk, *gathering* dan promosi penjualan yang dapat mendorong loyalitas pelanggan. *Pass Strategy*, Twin Tulipware memiliki program kontribusi sosial, bernama Tulip Peduli yang berfokus pada tiga aspek yaitu, pendidikan, kesehatan dan lingkungan. Hal tersebut dilakukan, sebagai bentuk rasa kepedulian Twin Tulipware kepada masyarakat dan membentuk opini masyarakat yang positif bagi Twin Tulipware.

Kata Kunci: *Marketing Public Relations*, *Three Ways Strategy*, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

**Sari Youliati Wahyu Subagyo, 201810415100.** *Marketing Public Relations Strategy of Twin Tulipware in Maintaining Customer Loyalty (Qualitative Descriptive Study on Twin Tulipware Bekasi Period February 2021 – March 2022).*

*This research aims to find out the marketing public relations strategy used by Twin Tulipware in Bekasi in maintaining customer loyalty over the past year. As well as knowing the situation analysis of the marketing public relations strategy that has been carried out by Twin Tulipware in Bekasi. The method used is descriptive qualitative, with interview, observation, and documentation data collection techniques. This study uses the Three Ways Strategy Theory by Thomas L. Harris which consists of Pull Strategy, Push Strategy, Pass Strategy, and is supported by several marketing public relations activities described by Kotler and Keller. The results of this study indicate that the marketing public relations strategy carried out by Twin Tulipware in Bekasi in maintaining customer loyalty is quite effective by carrying out a Pull Strategy, such as preparing corporate media identity and publications through a direct approach to the community and utilizing several online media platforms. Push Strategy, by holding various events such as bazaars, exhibitions, cooking demonstrations, product demonstrations, gatherings and sales promotions that can encourage customer loyalty. Pass Strategy, Twin Tulipware has a social contribution program, called Tulip Peduli which focuses on three aspects namely, education, health and the environment. This was done, as a form of Twin Tulipware's concern for the community and to form positive public opinion for Twin Tulipware.*

**Keywords:** *Marketing Public Relations, Three Ways Strategy, Customer Loyalty*

## KATA PENGANTAR

Rasa Syukur penulis tujuhan kepada Allah SWT, yang maha Agung pemilik alam semesta, yang selalu mendampingi hamba-hambanya pada setiap lika-liku kehidupan di alam semesta ini. Dengan segala Hidayah serta Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Strategi Marketing Public Relations Twin Tulipware dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Twin Tulipware Bekasi Periode Februari 2021 – Maret 2022)**”.

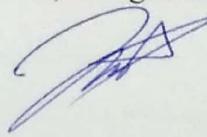
Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Maka dari itu, dikesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing I yang membantu memberikan arahan serta masukan untuk menyusun skripsi ini.
5. Ibu Tri Alida Apriliana, S.I.P., M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang membantu memberikan arahan serta masukan untuk menyusun skripsi ini.
6. Ibu Lely Rodiah selaku kepala cabang Twin Tulipware Bekasi yang telah bersedia membantu dan memberikan informasi yang diperlukan selama penulisan skripsi ini.
7. Kedua orang tuaku yang tercinta, Ibu Sriyati dan Bapak Subagiyono, yang selalu memberikan dukungan, cinta & kasih sayang yang tak terhingga dan selalu menyertaiku disetiap doa-Nya.

8. Kedua adikku, Muhammad Hakim Subagio dan Shofie Salsabila Subagyo, walaupun menyebalkan tetapi kalian selalu mendukung dan mendoakan juga.
9. Tanteku dan adik sepupuku Lek Mul dan Dika, yang selalu memberikan dukungan serta doa, untuk kelancaran serta kemudahan saya dalam menjalani penyusunan skripsi ini.
10. Retjeh, yaitu Ipon, Indah, Nisa, Adit, Rosi. Sahabat-sahabatku dari SD sampai jannah yaa Insyaallah, yang selalu siap diajak main walau cuman ngumpul cerita-cerita di rumah doang, lumayan buat meringankan beban disaat pikiran dan hati lagi resah gelisah. Sukses buat kalian semua.
11. Teman-teman seperjuangan, Fajria, Netty, Bela. Ternyata dikit juga ya teman seperjuanganku haha, yang telah bersama-sama berjuang, berkeluh kesah bersama, saling menguatkan, memberi support dalam menyusun skripsi ini.
12. Teman-temanku yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah meluangkan waktunya untuk mendengarkan berbagai macam keluh kesah saya selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap saran serta masukan yang membangun dari para pembaca untuk menyempurnakan penyusunan skripsi ini. Sehingga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi semua, khususnya di bidang pendidikan dan pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 05 Agustus 2022



Sari Youliati Wahyu Subagyo

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>1.5 Manfaat penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5.1 Manfaat Akademis .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5.2 Manfaat Praktis.....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Kerangka Konsep.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2.1 Komunikasi.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2.2 <i>Public Relations</i> .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2.2.1 Pengertian Public Relations .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2.2.2 Fungsi Public Relations .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2.2.3 Strategi Public Relations.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2.3 <i>Marketing Public Relations</i> .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2.3.1 Pengertian Marketing Public Relations .....</b>	<b>13</b>

2.2.3.2	Strategi Marketing Public Relations .....	13
2.2.3.3	Kegiatan Marketing Public Relations .....	14
<b>2.2.4</b>	<b>Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>15</b>
2.2.4.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	15
2.2.4.2	Indikator Loyalitas Pelanggan .....	16
2.2.4.3	Jenis Loyalitas Pelanggan .....	17
2.2.4.4	Mempertahankan Loyalitas Pelanggan .....	18
<b>2.2.5</b>	<b>Analisis SWOT .....</b>	<b>19</b>
2.2.5.1	Pengertian Analisis SWOT .....	19
2.2.5.2	Faktor-Faktor dalam Analisis SWOT .....	19
<b>2.3</b>	<b>Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>20</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>22</b>
<b>3.1</b>	<b>Jenis Penelitian.....</b>	<b>22</b>
<b>3.2</b>	<b>Metode Penelitian.....</b>	<b>24</b>
<b>3.3</b>	<b>Subyek Penelitian.....</b>	<b>24</b>
<b>3.4</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>25</b>
3.4.1	Wawancara .....	26
3.4.2	Observasi.....	27
3.4.3	Dokumentasi .....	27
<b>3.5</b>	<b>Teknik Analisis Data.....</b>	<b>28</b>
<b>3.6</b>	<b>Triangulasi Data.....</b>	<b>29</b>
<b>3.7</b>	<b>Lokasi dan Waktu Penelitian.....</b>	<b>29</b>
3.7.1	Lokasi Penelitian .....	29
3.7.2	Waktu Penelitian.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>31</b>
<b>4.1</b>	<b>Deskripsi Objek dan Subjek Penelitian .....</b>	<b>31</b>
4.1.1	<b>Gambaran Umum Twin Tulipware.....</b>	<b>31</b>
4.1.1.1	Sejarah Twin Tulipware.....	31
4.1.1.2	Visi dan Misi Twin Tulipware .....	33
4.1.1.3	Logo Twin Tulipware .....	33
4.1.1.4	Struktur Organisasi .....	34
4.1.2	<b>Jenis dan Keunggulan Produk .....</b>	<b>35</b>

4.1.2.1	Jenis Produk .....	35
4.1.2.2	Keunggulan Produk .....	36
<b>4.1.3</b>	<b>Deskripsi Data Key Informan dan Informan .....</b>	<b>37</b>
<b>4.2</b>	<b>Penyajian Data .....</b>	<b>40</b>
<b>4.3</b>	<b>Hasil Penelitian.....</b>	<b>41</b>
<b>4.3.1</b>	<b>Pendekatan Strategi Public Relations Twin Tulipware Untuk Menentukan Strategi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>42</b>
<b>4.3.2</b>	<b>Strategi Marketing Public Relations Twin Tulipware .....</b>	<b>45</b>
4.3.2.1	Pull Strategy .....	46
4.3.2.2	Push Strategy .....	49
4.3.2.3	Pass Strategy .....	51
<b>4.4</b>	<b>Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>53</b>
<b>4.4.1</b>	<b>Strategi Marketing Public Relations Twin Tulipware Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>53</b>
4.4.1.1	Pull Strategy .....	55
4.4.1.2	Push Strategy .....	58
4.4.1.3	Pass Strategy .....	60
<b>4.4.2</b>	<b>Analisis SWOT Strategi Marketing Public Relations Twin Tulipware Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan ...</b>	<b>62</b>
4.4.2.1	Strengths (Kekuatan) .....	62
4.4.2.2	Weakness (Kelemahan) .....	62
4.4.2.3	Opportunities (Peluang) .....	63
4.4.2.4	Threats (Ancaman).....	63
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>64</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>64</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran .....</b>	<b>65</b>
5.2.1	Saran Akademis .....	65
5.2.2	Saran Praktis .....	65

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Penjualan Twin Tulipware Cabang Bekasi .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	30
Tabel 4.1 Data <i>Key Informan</i> .....	38
Tabel 4.2 Data Informan .....	38



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Logo Perusahaan .....	33
Gambar 4.2 Kebijakan Pemerintah Say No to Plastic .....	42
Gambar 4.3 Identity Media Twin Tulipware .....	56
Gambar 4.4 Publikasi Twin Tulipware .....	58
Gambar 4.5 Event <i>Twin Tulipware</i> .....	59
Gambar 4.6 Promosi Penjualan Twin Tulipware.....	60
Gambar 4.7 Public Service Activities .....	61



## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Bagan 4.1 Struktur Organisasi .....	34



## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1: Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2: Administrasi

LAMPIRAN 3: Reduksi Data & Transkip Wawancara

LAMPIRAN 4: Dokumentasi

LAMPIRAN 5: Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 6: Form Perbaikan Sidang Skripsi

