

## **ABSTRAK**

### **PEMASARAN ONLINE MEDIA INSTAGRAM DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @gardenscrapframe Yogyakarta)

**DELTA SUKMA NINGRUM**

**15071007**

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penggunaan media sosial *Instagram* saat ini yang semakin memudahkan para penggunanya dalam melakukan aktivitas baik mempromosikan produk maupun suatu perusahaan yang ingin diperkenalkan kepada masyarakat luas ataupun menjaga hubungan baik antara komunikator dan komunikan dalam jangka panjang. Penelitian ini berfokus pada penggunaan media *Instagram* sebagai media dalam menjalankan aktivitas *Garden Scrapframe* dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan apa saja yang diterapkan *Garden Scrapframe* pada media sosial *Instagram* dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan wawancara mendalam (*indepth*) dan observasi, supaya dapat mendeskripsikan setiap tahapan pada aktivitas yang dilakukan. Dengan teori yang digunakan adalah Strategi Pemasaran, *Relationship Marketing* dan Tahapan Pemasaran Online.

Hasil penelitian yang didapatkan adalah *Garden Scrapframe* menerapkan kegiatan dalam mempertahankan loyalitas konsumen, kegiatan tersebut adalah Strategi Pemasaran dan *Relationship Marketing*. Pada kegiatan ini didapatkan pula indikator dalam mempertahankan loyalitas konsumen yaitu dengan kualitas produk, kualitas pelayanan dan penetapan harga dimana semuanya saling berintegrasi satu sama lain untuk dapat mempertahankan loyalitas konsumen dari *Garden Scrapframe*. Adanya hubungan baik yang dibangun menjadikan nilai lebih tersendiri untuk konsumen tersebut loyal terhadap suatu produk maupun perusahaan.

Kata Kunci : Pemasaran Online, Media Instagram, Loyalitas Konsumen

## **ABSTRACT**

### **ONLINE MARKETING INSTAGRAM MEDIA IN MAINTAINING CUSTOMERLOYALTY**

(Study Deskriptive Qualitative on Account @gardenscrapframe Yogyakarta)

**DELTA SUKMA NINGRUM**

**15071007**

Student of Communication Studies at Mercu Buana University Yogyakarta

*This research is motivated by the use of Instagram social media at this time which makes it easier for users to conduct activities both promoting products and a company that wants to be introduced to the wider community or maintain good relations between communicators and communicants in the long run. This research focuses on using Instagram media as a medium in carrying out Garden Scrapframe activities in maintaining consumer loyalty.*

*The purpose of this research is to find out what activities are applied by the Garden Scrapframe on Instagram social media in maintaining consumer loyalty. The method used in this study is descriptive qualitative approach to in-depth interviews and observation, in order to be able to predict each stage of the activities carried out. With the theories used are Marketing Strategy, Relationship Marketing and Online Marketing Stages.*

*The results of the research obtained are that Garden Scrapframe applies activities in maintaining consumer loyalty, these activities are Marketing Strategy and Relationship Marketing. In these three activities, indicators were also obtained in maintaining consumer loyalty, namely with product quality, service quality and pricing, all of which integrated with each other to maintain customer loyalty from Garden Scrapframe. The existence of a good relationship is built to make more distinctive value for consumers that are loyal to a product or company.*

*Keywords: Marketing Online, Instagram Media, Consumer Loyalty*