

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Distributor Herbalife di Yogyakarta dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen? Herbalife merupakan sebuah produk kesehatan dimana Herbalife selalu mengumandangkan tentang hidup sehat kepada konsumen maupun calon konsumennya. Dilain sisi Herbalife adalah salah satu perusahaan yang juga menginginkan untuk mempertahankan loyalitas konsumennya. Herbalife sadar bahwa eksistensi perusahaan juga tergantung dari eksistensi pelanggan atau konsumennya. Berdasarkan hal tersebut, maka pihak Herbalife pun juga menerapkan strategi pemasaran melalui distributor untuk mengenalkan dan mempertahankan kepada konsumennya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa strategi komunikasinya menggunakan tiga pendekatan yakni pull strategy, push strategy (bisnis MLM) dan profile strategy. Namun pada kenyataannya komunikasi yang berhasil adalah menggunakan distributor, dimana komunikasi secara lebih dekat dengan menggunakan komunikasi interpersonal. Distributor mampu menjelaskan, mengajak dan membujuk konsumen untuk bergabung. Kekuatan komunikasi ini dilengkapi dengan media pendukung menjadi penentu dalam proses deal dengan konsumen. Kepercayaan terbangun karena komunikasi yang dekat antara komunikator (konsumen) dengan komunikator (distributor). Keberhasilan ini melahirkan loyalitas pada konsumen.

Kata Kunci :Strategi, Komunikasi Pemasaran, Distributor, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study entitled "Herbalife Distributor Marketing Communication Strategy in Yogyakarta in Maintaining Consumer Loyalty? Herbalife is a health product which Herbalife has always echoed on healthy living to customers and prospective customers. On the other side of Herbalife is one of the companies who also want to maintain customer loyalty. Herbalife aware that the existence of the company also depends on the existence of customers or consumers. Based on this, then the Herbalife was also implementing marketing strategies through distributors to introduce and maintain the consumers. This type of research is qualitative research. Data were obtained through interviews, observation and literature. From the results of this study found that the communications strategy using three approaches namely pull strategy, push strategy (MLM) and profile strategy. But in fact successful communication is to use a distributor, which is much closer communication using interpersonal communication. Distributor able to explain, persuade and entice consumers to join. Communication power is equipped with a supporting media be decisive in the process deal with consumers. Confidence awakened by a close communication between the communicant (the consumer) with the communicator (distributor). This success gave birth on consumer loyalty.

Keywords: Strategy, Marketing Communications, Distributor, Consumer Loyalty