

**PENERAPAN *AMPLIFIED WORD OF MOUTH* ANTARA
KONSULTAN JAFRA DENGAN *CUSTOMER* DALAM
PEMBENTUKAN *CUSTOMER LOYALTY***

SKRIPSI

Oleh :

**TASYA IRWANTY SIMANJUNTAK
2071650040**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2024**

**PENERAPAN *AMPLIFIED WORD OF MOUTH* ANTARA
KONSULTAN JAFRA DENGAN *CUSTOMER* DALAM
PEMBENTUKAN *CUSTOMER LOYALTY***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh :

**TASYA IRWANTY SIMANJUNTAK
2071650040**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2024**



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage: <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tasya Irwanty Simanjuntak

NIM : 2071650040

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul "**PENERAPAN *AMPLIFIED WORD OF MOUTH* ANTARA KONSULTAN JAFRA DENGAN *CUSTOMER* DALAM PEMBENTUKAN *CUSTOMER LOYALTY***" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 9 Juli 2024



Tasya Irwanty Simanjuntak



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
PENERAPAN *AMPLIFIED WORD OF MOUTH* ANTARA KONSULTAN JAFRA
DENGAN *CUSTOMER* DALAM PEMBENTUKAN *CUSTOMER LOYALTY***

Oleh:

Nama : Tasya Irwanty Simanjuntak

No. Induk Mahasiswa : 2071650040


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 9 Juli 2024

Pembimbing,


(Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom.)
(NIDN. 0321058203)

Ketua Program Studi,

Dekan,


(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.)


(Dr. Verdinand Robertua, M.Soc. Sc.)





UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

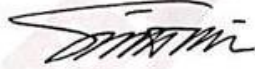


Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 19 Juni 2024 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Tasya Irwanty Simanjuntak
Nomor Induk Mahasiswa : 2071650040
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **“PENERAPAN *AMPLIFIED WORD OF MOUTH* ANTARA KONSULTAN JAFRA DENGAN *CUSTOMER* DALAM PEMBENTUKAN *CUSTOMER LOYALTY*”** oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1 Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.	Sebagai Ketua	
2 Silvia Nevane Paramasari S.I.Kom., M.I.Kom.	Sebagai Anggota	
3 Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 9 Juli 2024



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Tasya Irwanty Simanjuntak
Nomor Induk Mahasiswa : 2071650040
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PENERAPAN *AMPLIFIED WORD OF MOUTH* ANTARA
KONSULTAN JAFRA DENGAN *CUSTOMER* DALAM
PEMBENTUKAN *CUSTOMER LOYALTY*

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam “Berita Acara Hasil Ujian Skripsi” pada tanggal 19 Juni 2024

Jakarta, 9 Juli 2024

Menyetujui:
Ketua Sidang/ Penguji I

(Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.)

Penguji II

(Silvia Nevane Paramasari S.I.Kom., M.I.Kom.)

Penguji III

(Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Tasya Irwanty Simanjuntak
Nomor Induk Mahasiswa : 2071650040
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : *PENERAPAN AMPLIFIED WORD OF MOUTH
ANTARA KONSULTAN JAFRA DENGAN
CUSTOMER DALAM PEMBENTUKAN
CUSTOMER LOYALTY*

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 9 Juli 2024
Yang menyatakan,



Tasya Irwanty Simanjuntak

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kasih dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Penerapan *Amplified Word Of Mouth* antara Konsultan JAFRA dengan *Customer* dalam Pembentukan *Customer Loyalty*". Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan program sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Kristen Indonesia.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan penulis dalam segi kemampuan, pengetahuan dan pengalaman, karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang mampu membangun karya tulis berikutnya menjadi lebih baik. Pada tahap penyusunan skripsi ini, penulis juga mendapatkan dukungan dari orang-orang terkasih dan berbagai pihak yang memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang selalu mendukung, membimbing dan memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini dengan sabar.
2. Singgih Sasongko, S.IP., M.Si. selaku Dosen Penguji 1 yang telah menguji saat sidang skripsi berlangsung dan memberikan masukan agar penulisan menjadi lebih baik.
3. Silvia Nevane Paramasari S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Penguji 1 yang telah menguji saat sidang skripsi berlangsung dan memberikan masukan agar penulisan menjadi lebih baik.
4. Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan arahan pada penyusunan skripsi dan memberikan semangat kepada setiap mahasiswa.
5. Liberd Aryandi, S.Ds, selaku Staf Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah membantu dalam memberikan informasi terkait batas waktu dalam penyusunan skripsi.

6. Konsultan JAFRA Cosmetics, Kakak Renata Tobing, Kakak Rani Rahayu, Kakak Maridza Puspitasari, Kakak Elizabeth Bennita, Kakak Ilona Yemima, yang telah memberikan waktunya untuk membantu dalam penyusunan skripsi ini.
7. Keluarga saya yang terkasih Bapak, Mama, dan Abang. Selalu setia mendoakan yang terbaik dan memberikan semangat selama menjalani perkuliahan sampak akhir skripsi.
8. Todo Bandardo Sinaga kesayangan, yang selalu ada mendukung dan membantu memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini, disaat bersama menjalani akhir semester ini.
9. Sahabat-sahabat saya Borjun *Family*, Naomi Simanjuntak & Dara Simanjuntak, yang selalu setia mendengarkan keluh kesah dan mendukung selama perjalanan menyusun skripsi.
10. Pom Op Soetoyo, bertujuh yang selalu memberikan berbagai informasi, dan saling mendukung dalam perjalanan akhir semester ini.
11. Kabilatur family, terimakasih telah saling mendukung dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi.

Jakarta, 19 Juni 2024

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR SINGKATAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.4.3 Manfaat Sosial	5
1.5 Kerangka Konseptual	5
1.5.1 Word Of Mouth.....	7
1.5.2 Customer Loyalty (Loyalitas Pelanggan)	13
1.5.3 Kerangka Berpikir.....	18
1.6 Metodologi Penelitian	18
1.6.1 Pendekatan Penelitian	18
1.6.2 Tipe Penelitian	19
1.6.3 Metode Penelitian	19
1.6.4 Metode pengumpulan Data	19
1.6.5 Sumber Data	20
1.6.6 Teknik Analisis dan Interpretasi Data	21
1.6.7 Keabsahan Data	22
BAB II	24
2.1 JAFRA Cosmetics	24

2.2 Konsultan JAFRA <i>Cosmetics</i>	25
2.3 <i>Customer Loyalty</i>	28
2.4 Program JAFRA <i>Cosmetics</i>	29
2.4.1 Instagram	30
2.4.2 JAFRA <i>Beauty Class</i>	31
2.4.3 JAFRA <i>Beauty Party</i>	32
BAB III	33
3.1 Temuan Penelitian	33
3.1.1 Konsultan JAFRA.....	33
3.1.2 Pembentukan <i>Customer Loyalty</i>	39
3.1.3 Penerapan <i>Word Of Mouth</i> dan <i>Electronic Word Of Mouth</i>	46
3.2 Pembahasan	49
BAB IV	56
4.1 Kesimpulan.....	56
4.2 Saran	57
4.2.1 Saran Akademis	57
4.2.2 Saran Praktis	57
4.2.3 Saran Sosial.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
DAFTAR LAMPIRAN	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo JAFRA Cosmetic	24
Gambar 2. 2 Penawaran dan Pembelian Produk	25
Gambar 2. 3 Peluang Bisnis JAFRA.....	25
Gambar 2. 4 Profil Instagram JAFRA Cosmetics	30
Gambar 2. 5 JAFRA Beauty Class.....	31
Gambar 2. 6 JAFRA Beauty Party	32
Gambar 3. 1 JAFRA Royal Academy	50
Gambar 3. 2 JAFRA Royal Academy	50
Gambar 3. 3 Branding Konsultan JAFRA	51
Gambar 3. 4 JAFRA Beauty Party & Beauty Class.....	52



DAFTAR SINGKATAN

JBP	JAFRA Beauty Party
WOM	Word Of Mouth
E-WOM	Electronic Word Of Mouth
E-Commerce	Electronic Commerce



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara	61
Lampiran 2 Transkrip Wawancara (1)	63
Lampiran 3 Transkrip Wawancara (2)	170
Lampiran 4 Koding Hasil Wawancara	177
Lampiran 5 Dokumentasi Selama Penelitian	202



ABSTRAK

Industri kecantikan merupakan salah satu industri yang berkembang pesat dan memiliki banyak kompetitor sehingga setiap industri kecantikan harus memiliki strategi dalam membangun dan mempertahankan *customer loyalty*. Seperti yang dilakukan oleh JAFRA *Cosmetics*, dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk melihat bagaimana penerapan *amplified word of mouth* yang diterapkan oleh konsultan dalam pembentukan *customer loyalty*. *Customer Loyalty* memiliki peran penting terhadap perusahaan agar dapat membantu perkembangan perusahaan. Penulisan penelitian ini membahas mengenai bagaimana penerapan *amplified word of mouth* yang diterapkan JAFRA *Cosmetics* dalam pembentukan *customer loyalty*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penerapan *amplified word of mouth* yang diterapkan oleh JAFRA *Cosmetics* dalam membentuk *customer loyalty*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan metode fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara secara terstruktur. Sumber data yang digunakan, yakni primer yang melalui wawancara beberapa narasumber konsultan JAFRA dan sekunder melalui dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah model analisis interaktif oleh Miles dan Huberman, dimana ia menyatakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara terus-menerus. Hasil analisis data tersebut mengatakan terdapat beberapa cara dalam penyebaran *amplified word of mouth*, seperti melalui sosial media dengan melakukan *branding* secara rutin, *skincheck* kepada *customer*, memberikan edukasi, dan *testimoni*. Pada penyebaran *amplified word of mouth* juga dilakukan secara langsung dengan melakukan pemakaian produk kepada *customer* secara gratis yang disebut JAFRA *Beauty Party* atau JAFRA *Beauty Class* dan melakukan presentasi manfaat pada produk. Oleh karena itu setiap informasi yang diberikan oleh konsultan JAFRA memberikan kepercayaan *customer* dan mampu menarik *customer* dalam keputusan pembelian, sehingga membentuk *customer loyalty*.

Kata Kunci : *Amplified Word Of Mouth, Customer Loyalty, JAFRA Cosmetics*

ABSTRACT

The beauty industry is an industry that is increasing and has many competitors, so every beauty industry must have a strategy to build and maintain customer loyalty. As carried out by JAFRA Cosmetics, in this research the researcher is interested in seeing how the implementation of strengthening word-of-mouth promotions implemented by consultants in forming customer loyalty. Customer Loyalty has an important role in the company so it can help the company's development. The writing of this research discusses how JAFRA Cosmetics implements strengthening word-of-mouth promotions in forming customer loyalty. This research aims to find out how word-of-mouth amplification is implemented by JAFRA Cosmetics in creating customer loyalty. This research uses a descriptive qualitative approach with phenomenological methods. Data collection was carried out using structured interviews. The data sources used are primary through interviews with several JAFRA consultant sources and secondary through documentation. The data analysis technique in this research is the interactive analysis model by Miles and Huberman, where he states that qualitative data analysis activities are carried out continuously. The results of the data analysis reveal that there are several ways to spread strengthened word of mouth, such as through social media by carrying out regular branding, skin checks to customers, and providing education and testimonials. The distribution, which is strengthened by word of mouth, is also carried out directly by using the product to customers for free, which is called the JAFRA Beauty Party or JAFRA Beauty Class, and presenting the benefits of the product. Therefore, any information provided by JAFRA consultants gives customers confidence and can attract customers in purchasing decisions, thereby forming customer loyalty.

Keywords : Amplified Word Of Mouth, Customer Loyalty, JAFRA Cosmetics