

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH TUA VAPE  
DALAM MENINGKATKAN BRAND LOYALTI  
MENGUNAKAN PROMO DISKON DAN POIN REWARD**

**Tugas Akhir**

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi,  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Muhammad Ikram**

**1161003068**

**PROGRAM STUDI MARKETING KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**2023**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : MUHAMMAD IKRAM**

**NIM : 1161003068**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 21 Agustus 2023**




**HALAMAN PERSETUJUAN  
PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Ikram  
NIM : 1161003068  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Tua Vape Dalam  
Meningkatkan Brand Loyalty Menggunakan Promo Diskon dan  
Poin Reward

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.**

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Eli Jamilah Mihardja, S.S, M.Si, Ph.D (  )  
Penguji 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M. (  )  
Penguji 2 : Dra. Hanny Nurahmawati, M.Ikom (  )

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 21 Agustus 2023

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "**Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Tua Vape Dalam Meningkatkan Brand Loyalty Menggunakan Promo Diskon dan Poin Reward**". Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi sarjana (S1) di Program Studi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Peneliti juga tidak bisa menyelesaikan penelitian ini, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

### **1. Tuhan Yang Maha Esa**

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa, yang telah memberikan petunjuk, ilham, dan kesabaran selama perjalanan penyelesaian penelitian ini. Dengan rasa syukur yang mendalam, saya bersyukur atas nikmat sehat dan kesempatan untuk menimba ilmu yang telah Engkau berikan.

### **2. Kedua Orang Tua**

Terima kasih terdalam untuk kedua orang tua tercinta atas cinta, dukungan, dan doa yang telah diberikan dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini. Tanpa kedua orang tua saya, pencapaian ini takkan menjadi kenyataan. Semua upaya dan pengorbanan kalian telah menjadi pilar kekuatan dan inspirasi yang memandu saya hingga akhir perjalanan ini.

### **3. Dra. Suharyanti, M.S.M.**

Terima kasih yang tak terhingga kepada Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M., selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi dan penguji pertama dalam penyelesaian penelitian ini.

### **4. Eli Jamilah Mihardja, S.S, M.Si, Ph.D**

Saya ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada Ibu Eli Jamilah Mihardja, S.S, M.Si, Ph.D., selaku pembimbing skripsi. Dukungan, kesabaran, dan bimbingan beliau telah membawa saya melewati setiap tahap perjalanan penelitian ini dengan penuh keyakinan. Atas dedikasi dan komitmen

beliau dalam membimbing dan mendukung saya hingga mencapai titik ini dalam perjalanan skripsi.

**5. Dra. Hanny Nurahmawati, M.Ikom**

Saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada mbak Dra. Hanny Nurahmawati, M.Ikom, yang telah bersedia menjadi penguji dalam sidang tugas akhir saya. Saya sangat menghargai waktu dan perhatiannya dalam memberikan pandangan yang kritis dan konstruktif terhadap penelitian saya.

**6. Ari Kurnia, S.Ikom., M.Ikom**

Dengan penuh rasa terima kasih, saya ingin mengucapkan penghargaan kepada Mbak Ari Kurnia, S.Ikom., M.Ikom, yang telah dengan sabar dan teliti menjadi triangulator sumber dalam penelitian ini. Peran sebagai triangulator telah memberikan validitas dan keandalan yang sangat penting bagi hasil penelitian.

**7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie**

Terima kasih yang tak terhingga kepada Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie atas segala ilmu, bimbingan, dan dorongan yang telah kalian berikan selama masa perkuliahan kami.

**8. Jajaran Staff Universitas Bakrie**

Terima kasih yang mendalam kepada seluruh jajaran staff Universitas Bakrie. Dukungan, keramahan, dan kesediaan kalian dalam membantu kami serta telah memberikan pengalaman pendidikan yang luar biasa.

**9. Titik Nuryani**

Terima kasih terbesar untuk, Titik Nuryani yang telah menjadi sumber inspirasi dan dukungan utama dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih selalu ada di samping saya, memberikan semangat dan motivasi untuk tetap fokus dan berjuang menghadapi setiap tantangan.

**10. Bima dan Fafa**

Terima kasih untuk Bima dan Fafa, sahabat-sahabat terbaik dan juga narasumber untuk konsumen Rumah Tua Vape, yang telah memberikan dukungan dan semangat tiada henti dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini.

**11. Manajemen Rumah Tua vape**

Saya ingin mengucapkan rasa terima kasih yang tulus kepada manajemen Rumah Tua Vape atas kesempatan dan izin yang diberikan untuk melakukan penelitian di tempat mereka.

**12. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2016**

Saya ingin mengucapkan rasa terima kasih yang tulus kepada seluruh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2016. Kalian telah menjadi bagian tak tergantikan dalam perjalanan pendidikan penulis.

Dengan penuh rasa syukur, saya ingin mengakhiri ungkapan terima kasih ini dengan harapan bahwa setiap kontribusi dan dukungan yang telah diberikan akan terus mengalir dalam setiap langkah perjalanan hidup ini. Demikian ungkapan terima kasih penulis kepada semua pihak terkait, penulis juga berharap penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

Jakarta, 31 Juni 2023

Penulis



Muhammad Ikram

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ikram  
NIM : 1161003068  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH TUA VAPE DALAM MENINGKATKAN BRAND LOYALTI MENGGUNAKAN PROMO DISKON DAN POIN REWARD”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan dan mengalihmediakan/ formatkan, serta mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 21 Agustus 2023  
Yang menyatakan,



(Muhammad Ikram)

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH TUA VAPE DALAM  
MENINGKATKAN BRAND LOYALTI MENGGUNAKAN PROMO DISKON  
DAN POIN REWARD**

MUHAMMAD IKRAM

---

**ABSTRAK**

Pertumbuhan pesat industri vape dan persaingan ketat mendorong kajian mendalam terhadap bagaimana merek-merek dalam industri ini mempertahankan posisi di pasar yang dinamis. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk memahami cara efektif membangun dan mempertahankan *brand loyalty* dalam konteks unik industri vape. Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus digunakan untuk menggali strategi Rumah Tua Vape. Wawancara mendalam dan observasi terhadap program promosi digunakan untuk mengumpulkan data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promo diskon dan poin reward efektif dalam membangun *brand loyalty*, dengan pelanggan merespons positif dan merasa terdorong untuk tetap berbelanja setelah mengumpulkan poin reward. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa kendala dan keterbatasan, termasuk persaingan yang ketat di industri vape.

Kata kunci: strategi komunikasi pemasaran, brand loyalty, promo diskon, poin reward, vape store.



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH TUA VAPE DALAM  
MENINGKATKAN BRAND LOYALTI MENGGUNAKAN PROMO DISKON  
DAN POIN REWARD  
MUHAMMAD IKRAM**

---

**ABSTRACT**

*The rapid growth of the vape industry and intense competition drive an in-depth exploration of how brands within this industry sustain their positions in a dynamic market. This research is motivated by the need to comprehend effective strategies for building and maintaining customer loyalty within the unique context of the vape industry. A qualitative method employing a case study approach is utilized to uncover the strategies employed by Rumah Tua Vape. In-depth interviews and observations of promotional programs are employed to collect data. The findings of this study demonstrate the effectiveness of discount promotions and reward points in fostering brand loyalty, with customers responding positively and feeling motivated to continue shopping after accumulating reward points. However, the research also identifies several challenges and limitations, including the fierce competition within the vape industry.*

*Keywords: marketing communication strategies, brand loyalty, discount promotions, point rewards, vape store.*

**DAFTAR ISI**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Mafaat Penelitian.....	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Konsep Yang Relevan .....	5
2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	5
2.1.2 Sales Promotion .....	7
2.1.3 Brand Loyalty .....	10
2.2 Tinjauan Pustaka dan Penelitian Sebelumnya.....	12
2.3 Model Kerangka Pemikiran .....	15
BAB III.....	16
METODE PENELITIAN .....	16
3.1 Desain dan Pendekatan .....	16
3.2 Objek dan Subjek Penelitian .....	17
3.3 Pengumpulan Data.....	18
3.3.1 Sumber Data .....	18
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.4 Analisis Data .....	21

3.5 Triangulasi Data .....	22
3.6 Operasional Konsep/Isu .....	24
BAB IV .....	25
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	25
4.1 Gambaran Konteks Penelitian .....	25
4.1.1 Profil Informan .....	27
4.2 Penyajian Data .....	28
4.3 Pembahasan dan Diskusi .....	32
4.3.1. Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Tua Vape .....	32
4.3.2. Brand Royalty pada Rumah Tua Vape .....	39
BAB V .....	43
SIMPULAN DAN SARAN .....	43
5.1 Simpulan .....	43
5.2 Kendala dan Keterbatasan .....	44
5.3 Saran dan Implikasi .....	44
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya .....	44
5.3.2 Saran Praktisi .....	45
DAFTAR PUSTAKA .....	46
LAMPIRAN .....	48

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1.1</b> Rumah Tua vape .....	2
<b>Gambar 2. 1</b> Bagan Kerangka Pemikiran .....	153
<b>Gambar 4. 1</b> Bentuk Promo Yang Digunakan .....	297
<b>Gambar 4. 2</b> Pemberitahuan Penukaran Point Reward .....	30
<b>Gambar 4. 3</b> Aktivasi Merek.....	319
<b>Gambar 4. 4</b> Promo Smok Series .....	331
<b>Gambar 4. 5</b> Voucher Belanja.....	342
<b>Gambar 4. 6</b> Bentuk Hadiah Gratis .....	353
<b>Gambar 4. 7</b> Program Kontes.....	364
<b>Gambar 4. 8</b> Penukaran Point Reward .....	386
<b>Gambar 4. 9</b> Program Penukaran Point Reward .....	408

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya .....</b>	<b>142</b>
<b>Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep.....</b>	<b>24</b>