

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *PERSONAL*
SELLING YAKULT LADY DALAM MEMBANGUN *BRAND*
LOYALTY DI PT YAKULT INDONESIA PERSADA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Ilmu Komunikasi



LISA USMADEWI

1221713028

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU
SOSIAL UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**

2026

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 : Lisa Usma Dewi

NIM 1221713028

Tanggal : 28 Juni 2026

Tanda Tangan :



Lisa Usma Dewi

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Lisa Usma Dewi

NIM 1221713028

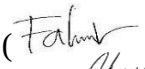
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran *Personal Selling* Yakult Lady dalam Membangun *Brand Loyalty* di PT Yakult Indonesia Persada.

Telah berhasil di pertahankan dihadapan 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	: Fahmi Anwar, S.I.Kom., M.I.Kom.	()
Pembahas 1	: Dr. Kussusanti, M.Si	()
Pembahas 2	: Ahmad Sadariskar	()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 11 Agustus 2026

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, hidayah, karunia, serta kasih sayang-Nya yang senantiasa tercurah kepada penulis. Berkat ridha-Nya, penulis diberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, kemudahan, serta kemampuan dalam melewati setiap proses sehingga skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Personal *Selling Yakult Lady* dalam Membangun *Brand Loyalty* di PT Yakult Indonesia Persada” ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak mudah. Berbagai tantangan, hambatan, serta proses pembelajaran telah penulis lalui sejak awal perkuliahan hingga akhirnya mampu menyelesaikan penelitian ini. Tanpa doa, bantuan, dukungan, bimbingan, motivasi dari berbagai pihak, skripsi ini tentu tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, tulus, dan syukur, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Swt

Atas segala ridha-Nya, penulis diberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, rejeki untuk melewati setiap proses kehidupan, khususnya selama menempuh pendidikan hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini di usia 36 tahun dan sambil bekerja. Penulis yakin bahwa setiap langkah tidak terlepas dari kehendak dan pertolongan Allah Swt.

2. Pae, Mama, Hadi, Lina, Agung, Wanda, Mar, Landy

Terima kasih kepada keluarga yang menjadi rumah ternyaman, sumber kekuatan, semangat dan motivasi bagi penulis.

3. Fahmi Anwar, S.I.Kom., M.I.Kom.,

Terima kasih kepada dosen pembimbing skripsi yang sudah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, dan motivasi penulis dalam proses penyusunan skripsi.

4. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih telah memberikan ilmu, wawasan, dan nilai kehidupan selama penulis menjalani masa perkuliahan.

5. PT Yakult Indonesia Persada

Terima kasih telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh informan penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berbagi pengalaman.

6. Bank Saqu

Sebagai tempat penulis bekerja, terima kasih atas kesempatan, dan dukungan selama penulis menjalankan proses perkuliahan.

7. Teman-Teman Penulis

Bang Yohanes, Dimas dan seluruh teman-teman atas bantuan, dukungan, motivasi yang menjadi bagian dari proses bertumbuh penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Jakarta, 6 Agustus 2026

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to read 'LU' followed by a flourish.

Lisa Usma Dewi

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lisa Usma Dewi
NIM 1221713028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

”Strategi Komunikasi Pemasaran *Personal Selling* Yakult Lady dalam Membangun *Brand Loyalty* di PT Yakult Indonesia Persada”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, 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 : 28 Juni 2026

Yang menyatakan



Lisa Usma Dewi

Strategi Komunikasi Pemasaran *Personal Selling* Yakult Lady dalam Membangun *Brand Loyalty* di PT Yakult Indonesia Persada

Lisa Usma Dewi

ABSTRAK

Persaingan industri minuman kesehatan yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang dapat membangun dan mempertahankan hubungan dengan konsumen. PT Yakult Indonesia Persada menerapkan *personal selling* melalui Yakult Lady sebagai bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan secara langsung dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran *personal selling* yang dilakukan oleh Yakult Lady dalam membangun *brand loyalty* konsumen di PT Yakult Indonesia Persada. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian terdiri atas dua informan, yaitu Rinata Hadi Susanto selaku Supervisor Divisi Yakult Lady dan Sariah selaku Yakult Lady. Pelanggan digunakan sebagai triangulator untuk memperkuat temuan penelitian. Analisis penelitian berfokus pada proses komunikasi dalam kegiatan *personal selling*, meliputi interaksi tatap muka, komunikasi dua arah, penyesuaian pesan terhadap karakteristik konsumen, penyampaian informasi dan edukasi produk, serta pembangunan hubungan dan kepercayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran *personal selling* yang dilakukan oleh Yakult Lady dilaksanakan melalui interaksi tatap muka secara rutin, komunikasi dua arah, penyesuaian pesan dengan karakteristik pelanggan, penyampaian informasi dan edukasi produk secara terstruktur, serta pembangunan hubungan dan kepercayaan. Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa pengalaman pelanggan yang berkaitan dengan *brand loyalty* terlihat melalui pembelian ulang secara konsisten, kepercayaan terhadap merek, keterikatan emosional terhadap Yakult, komitmen untuk tetap memilih Yakult, serta kesediaan merekomendasikan produk kepada orang lain. Dengan demikian, *personal selling* Yakult Lady menjadi bagian dari proses komunikasi pemasaran yang berkaitan dengan terbentuknya hubungan antara Yakult Lady dan pelanggan serta pengalaman loyalitas pelanggan terhadap merek.

Kata Kunci: Personal Selling, Brand Loyalty, Yakult Lady

**Strategi Komunikasi Pemasaran *Personal Selling* Yakult Lady dalam Membangun
Brand Loyalty di PT Yakult Indonesia Persada**

Lisa Usma Dewi

ABSTRACT

The increasingly competitive health beverage industry encourages companies to implement marketing communication strategies that can build and maintain relationships with consumers. PT Yakult Indonesia Persada implements *personal selling* through Yakult Lady as a form of marketing communication carried out directly with customers. This study aims to analyze the *personal selling* marketing communication strategy implemented by Yakult Lady in building consumer *brand loyalty* at PT Yakult Indonesia Persada. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The research subjects consisted of two informants, namely Rinata Hadi Susanto, Supervisor of the Yakult Lady Division, and Sariah, a Yakult Lady. Customers were involved as triangulators to strengthen the research findings. The analysis focuses on the communication process in *personal selling* activities, including face-to-face interaction, two-way communication, message adaptation to consumer characteristics, delivery of product information and education, and the development of relationships and trust. The findings show that the *personal selling* marketing communication strategy implemented by Yakult Lady is carried out through routine face-to-face interactions, two-way communication, message adaptation to customer characteristics, structured delivery of product information and education, and the development of relationships and trust. The findings also indicate that customer experiences related to *brand loyalty* are reflected in consistent repeat purchases, trust in the brand, emotional attachment to Yakult, commitment to continue choosing Yakult, and willingness to recommend the product to others. Thus, Yakult Lady's *personal selling* is part of the marketing communication process that is associated with the development of relationships between Yakult Lady and customers, as well as customers' experiences of loyalty toward the brand.

Keywords: Personal Selling, Brand Loyalty, Yakult Lady

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Konsep yang Relevan	11
2.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.2 Peran Komunikator (Yakult Lady sebagai <i>Brand Representative</i>).....	13
2.1.3 Personal Selling	15
2.1.4 Brand Loyalty.....	17
2.2 Penelitian Sebelumnya	19
2.3 Model Kerangka Berpikir.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain dan Pendekatan	25
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4 Wawancara Mendalam.....	28
3.5 Analisis Data	30
3.6 Triangulasi Data	32
3.7 Operasional Konsep.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	38
4.1.1 Gambaran umum PT Yakult Indonesia Persada.....	38
4.1.2 Visi dan Misi PT Yakult Indonesia Persada.....	39

4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.3 Gambaran Subjek Penelitian	42
4.3.1 Profil Informan	42
4.3.2 ‘Profil Triangulator	44
4.4 Penyajian Data.....	46
4.4.1 Strategi Komunikasi Personal Selling Yakult Lady	46
4.4.2 Brand Loyalty di PT Yakult Indonesia Persada	63
4.5 Hasil Pembahasan dan Diskusi	75
4.5.1 Strategi Komunikasi Personal Selling Yakult Lady	75
4.5.2 Brand Loyalty di PT Yakult Indonesia Persada	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	97
5.3 Implikasi	97
5.4 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	19
Tabel 3. 1 Informan Penelitian.....	29
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Konsep	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pasar Minuman Nutraceuticals di Indonesia 2023-2033.....	1
Gambar 1. 2 Minuman Nutrisi Terlaris di E-Commerce.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4. 1 Logo Yakult	38
Gambar 4. 2 Yakult Lady	41
Gambar 4. 3 Informan 1	42
Gambar 4. 4 Informan 2	43
Gambar 4. 5 Triangulator 1	44
Gambar 4. 6 Triangulator 2	45
Gambar 4. 7 Denah Blocking perhari untuk Yakult Lady Kunjungan.....	48
Gambar 4. 8 Sharing Prebiotik pada Anak-Anak	52
Gambar 4. 9 Sariah Berinteraksi dengan Anak Pelanggan Yakult	53
Gambar 4. 10 Penjelasan Manfaat Yakult untuk Dewasa	54
Gambar 4. 11 Yakult Lady Menjelaskan Produk Sesuai Standar.....	56
Gambar 4. 12 Non Ceremony Sesi Sharing dan Roleplay Yakult Lady	62
Gambar 4. 13 Rinata Hadi Join ke Lapangan dengan Yakult Lady.....	62
Gambar 4. 14 Pesanan Pelanggan Sariah saat Lebaran.....	64
Gambar 4. 15 Sariah dan Pelanggan Rekomendasi Pelanggan Lama.....	73
Gambar 4. 16 Pesanan 1000 Botol untuk Pernikahan.....	74
Gambar 4. 17 Pengantaran Yakult ke Lina Yanti Minggu jam 09:00	76
Gambar 4. 18 Pengantaran Yakult ke Mundriyanti Senin jam 10:00	76
Gambar 4. 19 Lina Febi Yanti Berinteraksi dengan Yakult Lady	78
Gambar 4. 20 Mundriyanti bersama Yakult Lady Berseragam	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Informan 1.....	104
Lampiran 1 Transkrip Wawancara Informan 2.....	140
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Triangulator 1.....	167
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Triangulator 2.....	187