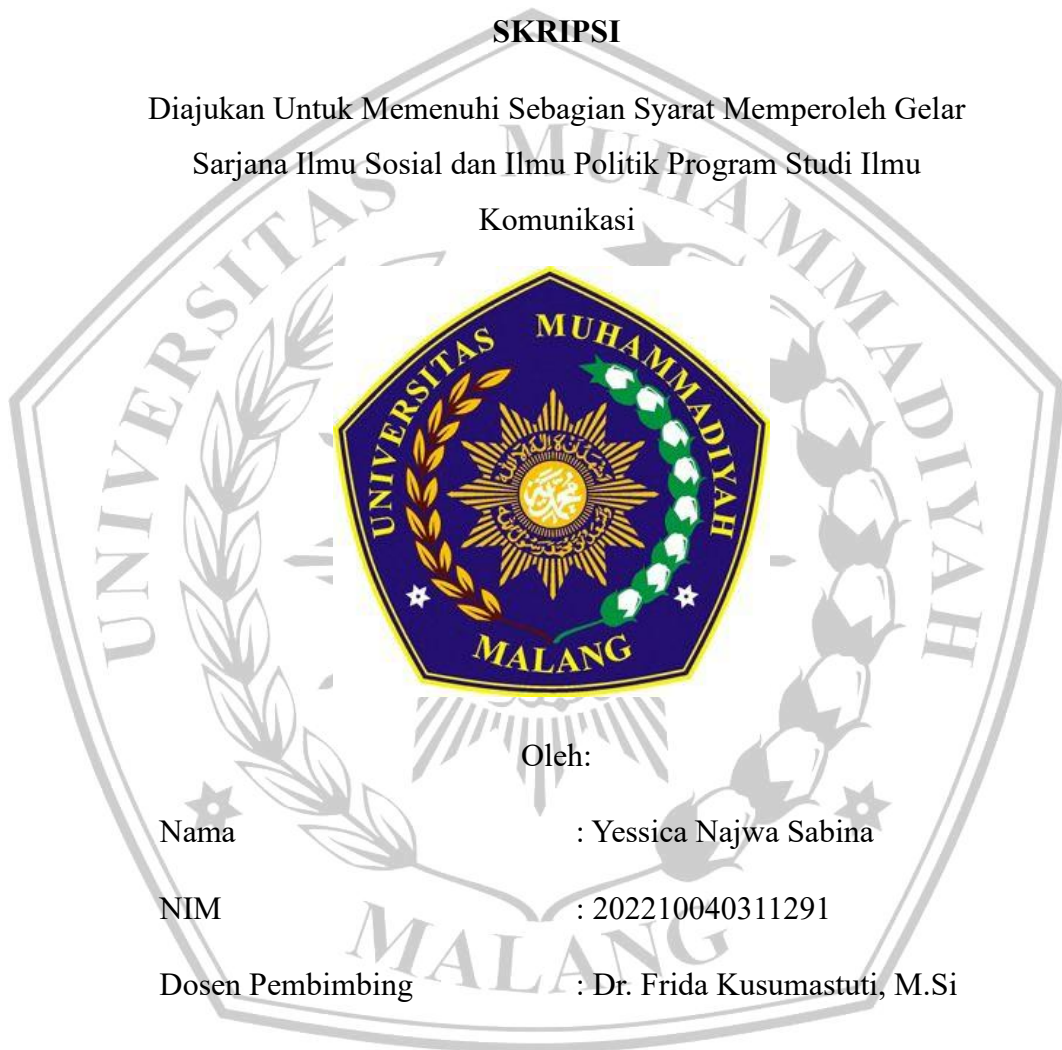


**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN GOLONGAN SOSIAL SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA PT SASTRO UTAMA MEDIA GRUP**

(Studi Pada Pelanggan di Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu
Komunikasi



Oleh:

Nama : Yessica Najwa Sabina

NIM : 202210040311291

Dosen Pembimbing : Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI
PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN GOLONGAN SOSIAL SEBAGAI VARIABEL
MODERASI (STUDI PELANGGAN PT SASTRO DI KOTA MALANG)

Diajukan Oleh :

YESSICA NAJWA SABINA
202210040311291

Telah disetujui
Rabu / 14 Januari 2026

Pembimbing I

Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

Wakil Dekan I

Dr. Idris Gusilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.

LEMBAR KETERANGAN LULUS

SKRIPSI



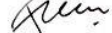
Dipersiapkan dan disusun oleh :

Yessica Najwa Sabina
202210040311291

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 14 Januari 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Winda Hardyanti, M.Si ()
2. Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom ()
3. Dr. Frida Kusumastuti, M.Si ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Yessica Najwa Sabina
No. Induk Mahasiswa	: 202210040311291
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Sastro Utama Media Grup (Studi Pelanggan di Kota Malang)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 22 Desember 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Frida Kusumastuti, M.Si




Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

KETERANGAN BEBAS KULIAH

 (*) Coret yang tidak perlu


SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII/2025


Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Yessica Najwa Sabina
NIM : 202210040311291
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 7 (Tujuh) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 22 Desember 2025
Ketua Program Studi

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si



Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sulami No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 531 149 (Hunting) F: +62 341 582 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id
---	--	--

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Yessica Najwa Sabina
NIM : 202210040311291
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan
PT Sastro Utama Media Grup (Studi Pelanggan di Kota Malang)

Disetujui,
Pembimbing

Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 480 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 148 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 480 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Yessica Najwa Sabina
NIM : 202210040311291
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Sastro Utama Media Grup (Studi Pelanggan di Kota Malang)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 22 Desember 2025

Yang Menyatakan,

Yessica Najwa Sabina



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulami No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/ ~~TESIS/ DISERTASI~~ DENGAN JUDUL: PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT SASTRO UTAMA MEDIA GRUP (STUDI
PELANGGAN DI KOTA MALANG)

Oleh:

Nama : Yessica Najwa Sabina

NIM : 202210040311291

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 22 Desember 2025

Pembimbing I/Promotor

Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

NIP. 10393090298



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Yessica Najwa Sabina
NIM : 202210040311291

Hasil Plagiasi : 29/12 30/12

BAB I	17			
BAB II	8			
BAB III	43	21	15	

BAB IV	5			
BAB V	14			
BAB VI	18			

Malang, 30 Desember 2021

Admin Plagiasi Prodi



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG








M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Yessica Najwa Sabina
NIM : 202210040311291
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Penelitian : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Sastro Utama Media Grup (Studi Pelanggan di Kota Malang)

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Paraf Pembimbing
8/3/2025	Pengajuan Judul "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas PT Sastro Utama Media Grup (Studi Pelanggan di Kota Pelanggan)" serta sudah acc	
10/5/2025	Revisi Bab I dan II	
1/6/2025	Revisi Bab I, II, dan III	
14/6/2025	Acc Bab I, II, III dan Acc melakukan penelitian	
31/10/2025	Revisi Bab IV, V, dan VI	
15/11/2025	Acc Bab IV, V, VI dan membuat Abstrak	
27/11/2025	Acc Semhas	

Malang, 26 Desember 2025

Pembimbing



Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR

Pada hari Kamis, 04 Desember 2025
Telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi oleh:

Nama Peneliti	Yessica Najwa Sabina
NIM	202210040311291
Jurusan	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Sastro Utama Media Grup (Studi Pelanggan di Kota Malang)
Dosen Pembimbing	Dr. Frida Kusumastuti, M.Si
Dosen Penguji	Dr. Winda Hardyanti, M.Si

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji

1. Dr. Frida Kusumastuti, M.Si
 2. Dr. Winda Hardyanti, M.Si
- Dan sejumlah 9 Mahasiswa (presensi terlampir)

Penyajian Seminar hasil dinyatakan ~~LULUS~~ **LULUS**

Malang, 4 Desember 2025

Dosen Penguji

Dosen Pembimbing



Dr. Winda Hardyanti, M.Si



Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

Mengetahui

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si

LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Nama : Yessica Najwa Sabina
NIM : 202210040311291
Hari/Tanggal : Kamis, 04 Desember 2025
Via : Google Meet/Langsung*

No	Nama Lengkap	NIM
1	Ulyasari Arditha Saputri	202210040311301
2	Bagus Susilo Trihandoyo	202210040311192
3	Rizma Verika Afyanti	202210040311034
4	Gina Al-Fathin Shalsabilah	202210040311159
5	Nurriyah Amelia Indah Puspitasari	202210040311295
6	Yovi Febriyansyah Putera Okynawa	202210040311413
7	Rahma Hanifa Rifat	202210040311186
8	Laila Zacky Oktavia	202210040311287
9	Yuhana Oktavia	202210040311299
10	Agustina Tresnawati	202210040311288
11	Haikal Fazar	202110160311299

*Coret yang tidak penting

Malang, 22 Desember 2025
Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

ABSTRAK

ABSTRAK

Yessica Najwa Sabina. NIM. 202210040311291. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Sastro Utama Media Grup (Studi Pelanggan di Kota Malang, Skripsi).

Komunikasi pemasaran memiliki peran yang besar untuk memperkenalkan produk kepada khalayak dan menjangkau pelanggan secara luas. Strategi komunikasi pemasaran berpotensi besar untuk meningkatkan preferensi pelanggan dalam membeli produk. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan tanggapan pelanggan terhadap komunikasi pemasaran, loyalitas pelanggan, mengetahui karakteristik golongan sosial pelanggan, pengaruh komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan, serta pengaruh golongan sosial dalam memoderasi komunikasi pemasaran dan loyalitas pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah *random sampling* yang ditentukan menggunakan rumus *Taro Yamane*, maka ditetapkan sampel sebanyak 113 responden. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,590, nilai signifikansi $< 0,001$, serta R square sebesar 0,341 yang artinya komunikasi pemasaran mampu menjelaskan 34,1% variasi loyalitas pelanggan. Pada hasil moderasi antara variabel interaksi komunikasi pemasaran dan golongan sosial terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,305 dengan nilai signifikansi $< 0,001$, serta nilai R square sebesar 0,397 yang artinya 5,6% golongan sosial mampu memperkuat pengaruh komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Komunikasi pemasaran, golongan sosial, dan loyalitas pelanggan.

Dosen Pembimbing



Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

Malang, 23 Desember 2025

Penulis



Yessica Najwa Sabina



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Sastro Utama Media Grup (Studi Pelanggan di Kota Malang).”** Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari proses akademik yang menuntut ketekunan, konsistensi, serta kemampuan penulis dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses penelitian dan penulisan. Melalui skripsi ini penulis memperoleh banyak pembelajaran berharga, khususnya dalam memahami dinamika ilmu komunikasi yang semakin berkembang. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak sekali pihak yang selalu memberikan dukungan dan bantuan, sebagai rasa syukur penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih terhadap beberapa pihak berikut:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si
4. Ibu Dosen Pembimbing, Dr. Frida Kusumastuti, M.Si yang sangat sabar dalam membimbing, memberikan saran dan masukan, waktu, tenaga, hingga motivasi selama penulis menyusun skripsi hingga terselesaikan tepat waktu
5. Bapak/Ibu Dosen Penguji yang telah memberikan waktu dan tenaganya untuk ikut serta memberikan masukan yang tentunya sangat bermanfaat demi penyempurnaan skripsi ini
6. Terimakasih yang tidak henti penulis ucapkan untuk ibunda tercinta, yang senantiasa menjadi sumber doa, kekuatan, dan ketenangan bagi penulis. Dukungan yang diberikan, baik secara moral maupun emosional, menjadi alasan utama penulis untuk terus bertahan, berproses, dan menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya

7. Kepada NIM 202110160311299 Terimakasih karena tanpa melalui banyak kata namun dengan kehadiran yang konsisten, telah menjadi ruang paling tenang bagi penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Melalui kesabaran, pengertian, serta dukungan yang diberikan secara tulus menjadi penguat bagi penulis untuk tetap bertahan, melangkah, dan menyelesaikan setiap proses dengan hati yang lebih kuat dan pikiran yang lebih jernih. Kehadiranmu sangat berarti segalanya dalam perjalanan dan proses yang dilewati oleh penulis
8. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada teman-teman seperjuangan Arditha, Amelia, dan Agustina yang telah menjadi bagian penting dalam proses penyusunan skripsi ini. Kebersamaan, dukungan, dan ruang berbagi yang tercipta, baik melalui diskusi, canda di sela tekanan, maupun saling menguatkan di masa sulit menjadi pengingat bahwa proses panjang ini tidak pernah dijalani sendiri



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR KETERANGAN LULUS	iii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	iv
KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	vi
SURAT PERNYATAAN	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	x
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	xi
LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL.....	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Teori Integrated Marketing Communication	8
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	10
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.4 Golongan Sosial.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Novelty Penelitian	22

2.4 Kerangka Konsep	23
2.4.1 Hubungan antara Strategi Komunikasi Pemasaran dengan Loyalitas Pelanggan.....	23
2.4.2 Kerangka Pikir	24
BAB III.....	26
3.1 Jenis Desain Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.2.1 Populasi.....	26
3.2.2 Sampel	27
3.3 Definisi Konseptual.....	27
3.3.1 Komunikasi Pemasaran	27
3.3.2 Loyalitas Pelanggan.....	28
3.3.3 Golongan Sosial.....	28
3.4 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data	30
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian.....	31
3.8 Uji Asumsi Klasik	31
3.9 Metode Analisis Data	32
3.10 Uji Hipotesis.....	33
BAB IV	35
4.1 Profil Perusahaan.....	35
4.2 Demografi Pelanggan di Kota Malang.....	37
BAB V.....	42
5.1 Deskripsi Responden.....	42
BAB VI	60
KESIMPULAN DAN SARAN	60
6.1 Kesimpulan.....	60
6.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Perkembangan Pengguna Media Sosial Tahun 2015 – 2025 ..	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	25



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	28
Tabel 3. 2 Skala Likert	31
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	43
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 5. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 5. 6 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 5. 7 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 5. 8 Nilai rata-rata Variabel Komunikasi Pemasaran (X).....	50
Tabel 5. 9 Nilai Rata-rata Variabel Loyalitas (Y).....	50
Tabel 5. 10 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 5. 11 Hasil Uji Linearitas	52
Tabel 5. 12 Hasil Uji Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	52
Tabel 5. 13 Hasil Analisis Moderated Regression Analysis (MRA).....	53
Tabel 5. 14 Hasil Uji Simultan (F).....	54
Tabel 5. 15 Hasil Uji Parsial (t).....	55
Tabel 5. 16 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 2 Skor Jawaban Responden	70
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas	82
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	84
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	86
Lampiran 6 Hasil Uji MRA (Moderated Regression Analysis)	87
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	90



DAFTAR PUSTAKA

- Asdianti, V., & Ika Supryadi, D. (2025). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel Di Kota Mataram. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(6), 16–19. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v6i1.871>
- Darmanto, N., Syaputra, D., & Ridwan, M. (2022). Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Zeni Kostrad Srengseng Sawah Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Publipreneur*, 10(1), 65–77. <https://ojs2.polimedia.ac.id/index.php/JIP/article/view/480%0Ahttps://ojs2.polimedia.ac.id/index.php/JIP/article/viewFile/480/335>
- Huzaefah, A. H. (2025). Pola Interaksi Pemasaran Digital terhadap Loyalitas Pelanggan Coffe Shop. *SENAKOM*, 2(1), 138–145.
- Kiswinarso, A. S., Kusdyah R, I., & Handoko, Y. (2024). *Analisa Pengaruh Komunikasi Marketing dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah pada PT BPR Eka Dana Mandiri (Bank Edaman) Malang*. 9(2), 1016–1024. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.2001>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (16th edition) Philip Kotler (16th ed.)*.
- Lestari, H., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Inovasi Produk, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Dua Coffee. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(2), 1043–1052. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i2.5566>
- Muhammad, R., Hamid, M. A., Suryani, R., & Lasmiatun. (2023). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI MODERASI. *Edunomika*, 07(02), 1–8.
- Pratiwi, R., Dwihapsari, D. R., Zahran, M., Ramadhani Az Zahra, K., & Putra Utomo, I. G. (2025). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dan Persepsi*

Konsumen terhadap Penawaran Produk yang Ditawarkan Indomaret dalam Upaya Membangun Loyalitas Pelanggan. 1(1), 29–40.

Priska Isyana, P., & Sujana. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Starbucks Di Kota Bogor. 1(1), 89–100.* <https://doi.org/10.374/jipkes.v1i2.920>

Putri, M. E., & Riswandi. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK DAN JASA (KLINIK DERMALOVE. *Scienta Journal*, 50–58.

Rawa, R. D., Yosita, M., & Prasetyo, P. F. (2022). Pengaruh Kelompok Acuan, Kelas Sosial, dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Swalayan Mitra Anda di Pontianak. *Pengaruh Kelompok Acuan, Kelas Sosial, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Swalayan Mitra Nada Di Pontianak*, 8, 95.

Retnawati, L., Saurina, N., & Pratama, F. H. S. (2024). Efektivitas Facebook Sebagai Media Marketing Menggunakan Konsep Advertising Balance Scorecard (ABSC). *Decode: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 4(2), 502–508. <https://doi.org/10.51454/decode.v4i2.563>

Rosalia, D. (2025). Strategi Komunikasi Digital dalam Pemasaran: Studi Peran Media Sosial dalam Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal EMT KITA*, 9(2), 488–499. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/emt.v9i2.3851>
Strategi

Safa'atin, H. N., Rhohmah, U., Rahmawati, R., & Jalal, A. H. (2025). Analisis strategi komunikasi pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada indomaret kecamatan rengel. *Mount Hope Management International Journal*, 72–93.

Sahabuddin, R., Arif, H. M., & Qhalby, K. Z. (2024). Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator : Studi Kasus Skage Fried Chicken. *CAPITAL*, 2(1), 9–18.

- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadaployalitas Pelangandi Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10, 1–7.
- Setianti, Y., Suroso, Heri Aji Setiawan, Achiruddin Siregar, & Darmawan. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1404–1410. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2332>
- Setianti, Y., Suroso, Setiawan, H. A., Achiruddin, S., & Darmawan. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(6), 1404–1410. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1700>
- Shalihah, A. A., Juwita, R., & Hetami, A. A. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Membangun Loyalitas Konsumen pada Kopiria. *Ilmu Komunikasi*, 10(3), 27–41. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2022/06/eJournal \(Analisis Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Membangun Loyalitas Konsumen Pada Kopiria Oleh Anis Alimah Shalihah 1702055049\) \(06-28-22-10-14-38\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2022/06/eJournal%20(Analisis%20Komunikasi%20Pemasaran%20Digital%20Dalam%20Membangun%20Loyalitas%20Konsumen%20Pada%20Kopiria%20Oleh%20Anis%20Alimah%20Shalihah%201702055049)%20(06-28-22-10-14-38).pdf)
- Wahyono, D., Gregorius Jarot Windarto, Anto Tulim, Yayuk SuprihartinI, & Taryana Taryana. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(5), 1983–1990. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i5.1510>
- Wara, R. A., & Fadillah, D. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Familias melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Brand Familias Marketing Communication Strategy through Instagram Social Media in Increasing Consumer Purchase Interest*. 6(2), 112–135. <https://doi.org/https://doi.org/10.46961/mediasi.v6i2.1553>
- Wulandari, S. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship

Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen The Bali Florist. *Jurnal EMAS*,
2(2), 185–194.

Yudianto, A., & Efendi, B. (2025). *Peran Hubungan Komunikasi Pemasaran Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce Shopee*. 4, 75–91.
<https://doi.org/10.32699/magna.v4i1.9047>

