



# Meningkatkan **Loyalitas**

Melalui Kepuasan Pelanggan

**Dr. Renil Septiano, S.E., M.M.**  
**Prof. Dr. Sarjon Defit, S.Kom, M.Sc.**  
**Dr. Yulasmı, S.E., M.M.**

**Editor: Dr. Lusiana, S.E., M.M.**

**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA**

**LINGKUP HAK CIPTA**

Pasal 1

Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

**KETENTUAN PIDANA**

Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

# Meningkatkan **Loyalitas**

Melalui Kepuasan Pelanggan

**Dr. Renil Septiano, S.E., M.M.**

**Prof. Dr. Sarjon Defit, S.Kom., M. Sc**

**Dr. Yulasmi, S.E., M.M.**



# **Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan**

Copyright© PT Penamudamedia, 2023

## **Penulis:**

Dr. Renil Septiano, S.E., M.M.  
Prof. Dr. Sarjon Defit, S.Kom., M. Sc  
Dr. Yulasmi, S.E., M.M.

## **Editor:**

Dr. Lusiana, S.E., M.M.

## **ISBN:**

978-623-09-5474-0

## **Desain Sampul:**

Tim PT Penamuda Media

## **Tata Letak:**

Enbookdesign

## **Diterbitkan Oleh**

### **PT Penamuda Media**

Casa Sidoarium RT 03 Ngentak, Sidoarium Dodeam Sleman Yogyakarta

HP/Whatsapp : +6285700592256  
Email : penamudamedia@gmail.com  
Web : www.penamuda.com  
Instagram : @penamudamedia

Cetakan Pertama, September 2023

vi + 97, 15x23 cm

*Hak cipta dilindungi oleh undang-undang*

*Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku  
tanpa izin Penerbit*



# Pengantar

Bismillahirrahmanirrahim.

Segala puji hanya milik Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang dengan rahmat dan karunia-Nya kami dapat menyelesaikan buku ini. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, utusan Allah yang membawa cahaya petunjuk kepada seluruh umat manusia.

Kami bersyukur kepada Allah SWT atas segala nikmat-Nya yang melimpah. Salah satu nikmat yang besar adalah kesempatan untuk membagikan pengetahuan dan pemahaman kami tentang "Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen" kepada Anda, pembaca yang budiman.

Loyalitas konsumen adalah suatu aspek penting dalam dunia bisnis yang menciptakan ikatan kuat antara pelanggan dan merek atau perusahaan. Dalam buku ini, kami berusaha untuk menyampaikan pemahaman mendalam tentang konsep loyalitas konsumen, mengapa hal ini penting, dan bagaimana Anda dapat mengukur serta meningkatkannya.

Buku ini merupakan hasil upaya kolaboratif kami yang melibatkan banyak individu yang berdedikasi dalam bidang bisnis, pemasaran, dan penelitian. Kami berharap buku ini dapat memberikan pandangan yang berharga bagi pembaca dan membantu dalam mencapai kesuksesan dalam menjalin hubungan yang kokoh dengan pelanggan.

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada keluarga, teman, dan semua pihak yang telah memberikan dukungan selama proses penulisan buku ini. Semua itu tidak akan menjadi

kenyataan tanpa berkat Allah SWT dan bantuan dari sesama manusia.

Akhirnya, kami berdoa agar buku ini dapat bermanfaat bagi pembaca, dan semoga kita semua dapat terus mencari ilmu dan berbagi pengetahuan demi kemajuan bersama. Semoga Allah SWT senantiasa memberkahi perjalanan kita.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Padang, September 2023  
Salam hangat,

Penulis

# Daftar Isi

<b>Pengantar .....</b>	<b>v</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB 1. MEMAHAMI LOYALITAS KONSUMEN .....</b>	<b>1</b>
A. Konsep Loyalitas Konsumen .....	1
B. Sejarah dan Perkembangan Digital Marketing.....	11
C. Pengukuran Loyalitas Konsumen.....	14
<b>BAB 2. MENGIDENTIFIKASI FAKTOR YANG MEMPERNGARUHI LOYALITAS KONSUMEN .....</b>	<b>17</b>
A. Brand Image.....	17
B. Perceived Price .....	22
C. Social Media Marketing.....	24
D. Customer satisfaction .....	28
<b>BAB 3. MENGUKUR LOYALITAS KONSUMEN .....</b>	<b>30</b>
A. Metode Pengukuran Loyalitas Konsumen.....	30
B. Analisis Loyalitas Konsumen .....	36
C. Realita dan Implikasi.....	40
<b>BAB 4. STRATEGI KONTEN DIGITAL.....</b>	<b>43</b>
A. Konsep Kepuasan Konsumen .....	43

B.	Jenis-jenis Kepuasan Konsumen .....	52
C.	Peran Kepuasan dalam Membangun Loyalitas .....	59
<b>BAB 5.</b>	<b>STRATEGI MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN .....</b>	<b>62</b>
A.	Penerapan Strategi Loyalitas .....	62
B.	Peran Brand, Price, Social Media Marketing, dan Customer Satisfaction .....	64
C.	Meningkatkan Pengalaman Konsumen .....	72
<b>BAB 6.</b>	<b>MENCIPTAKAN LOYALITAS BERKELANJUTAN .....</b>	<b>75</b>
A.	Prinsip-prinsip Utama .....	75
B.	Praktik Terbaik dalam Industri.....	81
<b>Daftar Pustaka .....</b>		<b>87</b>
<b>Tentang Penulis.....</b>		<b>96</b>



Meningkatkan

# Loyalitas

Melalui Kepuasan Pelanggan

Meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen adalah suatu upaya penting dalam dunia bisnis. Beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen termasuk brand image, perceived price, dan sosial media marketing. Namun, perlu diingat bahwa faktor-faktor ini tidak selalu mutlak karena masih ada berbagai faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Misalnya, kualitas layanan, respon terhadap masalah pelanggan, pengalaman purna jual, dan inovasi produk atau layanan juga dapat memiliki dampak signifikan pada kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, strategi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan harus mempertimbangkan berbagai aspek ini secara holistik, dan bisnis harus terus memantau dan mengevaluasi faktor-faktor yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan secara khusus dalam konteks mereka sendiri. Dengan demikian, bisnis dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan membangun loyalitas yang berkelanjutan, sambil memahami bahwa tidak ada solusi yang satu ukuran cocok untuk semua dalam mengelola kepuasan konsumen.

ISBN 978-623-09-5474-0



PT Penerbit Penamuda Media  
Godean, Yogyakarta  
085700592256  
@penamuda\_media  
penamuda.com