

ABSTRAK

Gea, Pintarman, 2025. Peran Promosi Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PT Liquid Kencana Abadi Kota Gunungsitoli. Skripsi. Pembimbing Yuterlin Zalukhu, S.Sos.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran promosi digital dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada PT Liquid Kencana Abadi kota Gunungsitoli. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen dan karyawan PT Liquid Kencana Abadi, serta studi pustaka yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi digital memiliki peran signifikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan PT Liquid Kencana Abadi. Pertama, *cost per transaction* menunjukkan bahwa penggunaan media digital mampu menekan biaya promosi dan distribusi sekaligus mempercepat pelayanan kepada pelanggan. Kedua, *incentives program* melalui pemberian bonus dan potongan harga secara personal berhasil menciptakan rasa dihargai dan mendorong pembelian ulang. Ketiga, *site design* yang menarik dan konsisten dengan identitas merek meningkatkan kepercayaan serta memperkuat citra perusahaan di mata konsumen. Keempat, *interactivity* melalui komunikasi dua arah di media sosial membangun hubungan emosional yang kuat, meningkatkan kepuasan, dan menciptakan loyalitas jangka panjang. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan dua tantangan utama dalam penerapan promosi digital, yaitu keterbatasan sumber daya internal (personel, waktu, dan keterampilan) serta dinamika perubahan algoritma media sosial yang memengaruhi jangkauan dan efektivitas konten promosi. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan perlu melakukan peningkatan kapasitas internal melalui pelatihan, penambahan sumber daya manusia, serta adaptasi strategi pemasaran digital yang lebih fleksibel.

Kata Kunci: Promosi Digital, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Gea, Pintarman, 2025. The Role of Digital Promotion in Increasing Customer Loyalty at PT Liquid Kencana Abadi, Gunungsitoli City. Thesis.

This study aims to determine the role of digital promotion in increasing customer loyalty at PT Liquid Kencana Abadi in Gunungsitoli City. The research method used in this study is a Qualitative Research Method. Data were collected through in-depth interviews with the management and employees of PT Liquid Kencana Abadi, as well as relevant literature studies. The results of the study indicate that digital promotion plays a significant role in increasing customer loyalty at PT Liquid Kencana Abadi. First, the cost per transaction shows that the use of digital media can reduce promotion and distribution costs while accelerating service to customers. Second, incentive programs through the provision of bonuses and discounts personally successfully create a sense of appreciation and encourage repeat purchases. Third, an attractive site design consistent with brand identity increases trust and strengthens the company's image in the eyes of consumers. Fourth, interactivity through two-way communication on social media builds strong emotional connections, increases satisfaction, and creates long-term loyalty. However, this study also found two main challenges in implementing digital promotion: limited internal resources (personnel, time, and skills) and the dynamics of changing social media algorithms that affect the reach and effectiveness of promotional content. To address this, companies need to increase internal capacity through training, adding human resources, and adapting more flexible digital marketing strategies.

Keywords: Digital Promotion, Customer Loyalty