

TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF MARKETING PERMATA SENTUL GOLF DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN

Siska Rusliana^{1*}, Undang Suryatna², Ruhimat³.

¹Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Djuanda Bogor.

Email: Siskarusliana2308@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif marketing dalam meningkatkan loyalitas pemain golf di Permata Sentul Golf. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, serta menerapkan teori Teknik Komunikasi Persuasif menurut Effendy (2019) yang meliputi teknik asosiasi, integrasi, ganjaran (pay-off), tataan, dan red-herring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Permata Sentul Golf berhasil meningkatkan loyalitas pemain golf. Teknik-teknik yang digunakan meliputi asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, dan red-herring, yang diaplikasikan melalui strategi seperti penggunaan tren terkini, keterlibatan selebriti, interaksi personal, testimoni pemain, program loyalitas, penyajian pesan yang menarik, dan kemampuan staf dalam menangani keluhan. Melalui penerapan teknik-teknik ini, Permata Sentul Golf berhasil menciptakan hubungan yang lebih erat dengan para pemainnya, sehingga meningkatkan loyalitas dan keterikatan mereka terhadap lapangan golf tersebut.

Kata kunci: Loyalitas pemain, Komunikasi persuasif, Permata Sentul Golf

PENDAHULUAN

Permata Sentul Golf adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pariwisata dengan jenis usaha rekreasi dan hiburan umum, yang menyediakan fasilitas berupa lapangan Golf, Restoran & Proshop. Lapangan Golf Permata Sentul didirikan pada tanggal 30 Agustus 1997, lapangan golf ini berada dikawasan perbukitan Sentul dengan ketinggian sekitar 200 m diatas permukaan laut. Lapangan golf yang menarik ini sangat sesuai dengan kebutuhan para penggemar golf di wilayah Jakarta dan sekitarnya, bahkan para pegolf diseluruh Indonesia & luar negeri. Untuk dapat memenuhi kepuasan maksimum dari para pegolf, lapangan golf Permata Sentul dibangun 18 hole dengan 71 par. Lapangan golf Permata Sentul dirancang oleh Thompson Wolveridge & Perret, sebuah perusahaan perancang lapangan golf profesional dari Australia, yang telah membangun beberapa lapangan golf utama lainnya di Indonesia. Mereka dengan sangat bagus telah mendesain lapangan golf Permata Sentul dengan sentuhan unik khas daerah tropis alami, yang dapat menjamin keakraban, kesenangan & kesehatan. (permasentulgolf, 2024)

Marketing memiliki peran sentral dalam memengaruhi persepsi dan sikap pemain golf. Mereka bertanggung jawab untuk merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif, termasuk teknik komunikasi persuasif kepada pemain golf. Namun, efektivitas teknik komunikasi persuasif dari marketing dapat menjadi tantangan tersendiri, terutama jika mereka tidak memahami secara mendalam kebutuhan dan preferensi pemain, atau jika mereka tidak memiliki keterampilan teknik komunikasi persuasif yang memadai. (Prasanty, 2024)

Teknik komunikasi persuasif memainkan peran penting dalam mempengaruhi sikap dan perilaku individu. Dalam konteks industri golf, komunikasi persuasif yang tepat dapat membantu marketing untuk meyakinkan pemain tentang keunggulan dan nilai tambah Permata Sentul Golf, serta memotivasi mereka untuk tetap setia sebagai pelanggan. Dalam rangka mengatasi tantangan dan memaksimalkan potensi

loyalitas pemain di Permata Sentul Golf, diperlukan penelitian yang mendalam tentang efektivitas teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh marketing. Penelitian tersebut dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pemain, mengevaluasi strategi komunikasi yang telah ada, serta merancang strategi teknik komunikasi persuasif yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pemain golf.

Dengan memperhatikan latar belakang masalah tersebut, penelitian tentang teknik komunikasi persuasif marketing dalam meningkatkan loyalitas pemain golf di Permata Sentul Golf menjadi penting untuk dilakukan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pemain dan strategi teknik komunikasi persuasif yang efektif, Permata Sentul Golf dapat mengembangkan pendekatan pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan untuk menjaga dan meningkatkan jumlah pemain golf yang setia.

Dengan merinci faktor-faktor ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif dan solutif terkait dengan permasalahan loyalitas pemain golf di Permata Sentul Golf. Maka dari itu dengan latar belakang ini peneliti akan fokus terhadap “Teknik Komunikasi Persuasif Marketing Permata Sentul Golf Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, serta menerapkan teori Teknik Komunikasi Persuasif menurut Effendy (2019) yang meliputi teknik asosiasi, integrasi, ganjaran (pay-off), tataan, dan red-herring.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses penelitian ini, Untuk mengetahui bagaimana Teknik Komunikasi Persuasif Marketing Permata Sentul Golf Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan, disini penulis menggunakan teori Teknik Komunikasi Persuasif Menurut

Effendy (2019) disebutkan ada lima teknik komunikasi persuasif yang dapat dipilih untuk mencapai suatu tujuan dan sasarnya. Diantaranya yaitu: Teknik asosiasi, Teknik integrasi, Teknik ganjaran (pay-off technique), Teknik tataan, Teknik red-herring. Dibawah ini adalah deskripsi hasil penelitian sesuai dengan teori yang digunakan oleh penulis:

1. Teknik Asosiasi

Teknik asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara mengemasnya pada suatu kejadian, peristiwa dan fenomena yang sedang menarik perhatian bagi khalayak. Dalam praktinya disini penulis membagi dua item penelitian atau dua item pertanyaan dari Indikator Teknik Asosiasi yang akan dijelaskan sebagai berikut, dibawah ini adalah wawancara penulis bersama dengan Informan yang sebelumnya sudah penulis tentukan:

- a) Penggunaan tren atau fenomena terkini dalam konten iklan Permata Sentul Golf. Hasil Wawancara penulis dengan informan Terkait Seberapa efektif penggunaan tren terkini dalam meningkatkan loyalitas pemain golf di Permata Sentul Golf menurut feedback atau respon pemain?

Dari wawancara dengan berbagai informan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan tren terkini dalam konten iklan Permata Sentul Golf efektif dalam meningkatkan loyalitas pemain golf. Feedback dari pemain menunjukkan apresiasi terhadap upaya mengikuti perkembangan terbaru, yang menciptakan kesan modern dan dinamis. Hal ini membuat pemain merasa lebih terhubung dan termotivasi untuk tetap bermain di Permata Sentul Golf.

- b) Keterlibatan tokoh publik atau selebriti dalam kampanye promosi. Hasil Wawancara Terkait Bagaimana pengaruh keterlibatan tokoh publik atau selebriti terhadap peningkatan minat dan loyalitas pemain

di Permata Sentul Golf?

Dari wawancara dengan berbagai informan, dapat disimpulkan bahwa keterlibatan tokoh publik atau selebriti dalam kampanye promosi Permata Sentul Golf memiliki dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan minat dan loyalitas pemain. Selebriti membantu menarik perhatian lebih banyak orang, memberikan validasi, dan meningkatkan kredibilitas lapangan golf. Pemain merasa lebih termotivasi dan bangga bermain di lapangan yang juga dipilih oleh tokoh terkenal, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka terhadap Permata Sentul Golf.

2. Teknik Integrasi

Teknik integrasi merupakan bagaimana kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Pada teknik ini, komunikator menggambarkan bahwa ia “senasib” dan karena itu menjadi satu dengan komunikan. Persamaan nasib berarti pengirim pesan merasakan apa yang komunikan rasakan. Dalam praktiknya disini penulis membagi dua item penelitian atau dua item pertanyaan dari Indikator Teknik Integrasi yang akan dijelaskan sebagai berikut, dibawah ini adalah wawancara penulis bersama dengan Informan yang sebelumnya sudah penulis tentukan:

- a) Interaksi personal yang menunjukkan empati dan pemahaman terhadap pengalaman pemain golf.

Hasil Wawancara Terkait Bagaimana peran interaksi personal dalam strategi komunikasi persuasif marketing Permata Sentul Golf untuk meningkatkan loyalitas pemain?

Dari wawancara dengan berbagai informan, dapat disimpulkan bahwa interaksi personal memainkan peran yang sangat penting dalam strategi komunikasi persuasif marketing Permata Sentul Golf. Interaksi yang menunjukkan empati dan pemahaman terhadap pengalaman

pemain membantu membangun hubungan yang lebih kuat dan meningkatkan loyalitas pemain. Pemain merasa lebih dihargai dan dipahami, yang membuat mereka lebih termotivasi untuk tetap bermain di Permata Sentul Golf. Pendekatan ini terbukti efektif dalam mempertahankan pemain dan memperkuat citra positif lapangan golf.

- b) Penggunaan testimoni atau cerita dari pemain golf yang menunjukkan persamaan nasib dengan calon pemain.

Hasil Wawancara Terkait Apakah Permata Sentul Golf memiliki platform khusus untuk membagikan testimoni atau cerita dari pemain golf?

Dari hasil wawancara, jelas bahwa Permata Sentul Golf memiliki platform khusus untuk membagikan testimoni dan cerita dari pemain golf, baik melalui website resmi maupun media sosial. Respon calon pemain terhadap platform ini sangat positif, dengan banyak yang merasa termotivasi dan tertarik untuk mencoba bermain di Permata Sentul Golf setelah membaca pengalaman dari pemain lain. Testimoni dan cerita ini membantu membangun kepercayaan dan koneksi emosional dengan calon pemain, yang berkontribusi dalam meningkatkan minat dan loyalitas mereka.

3. Teknik Ganjaran (Pay-Off Technique)

Teknik ganjaran (pay-off technique) adalah kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara melakukan iming-iming terhadap hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan. Dalam praktiknya disini penulis membagi dua item penelitian atau dua item pertanyaan dari Indikator Teknik Teknik ganjaran (pay-off technique) yang akan dijelaskan sebagai berikut, dibawah ini adalah wawancara penulis bersama dengan Informan yang sebelumnya sudah penulis tentukan:

- a) Penawaran promosi khusus atau diskon yang menarik bagi anggota

baru dan yang sudah ada.

Hasil Wawancara Terkait Apakah Permata Sentul Golf memiliki program loyalitas yang menawarkan diskon khusus kepada anggota yang sudah ada? Jika ya, bagaimana program tersebut diimplementasikan?

Dari hasil wawancara, berikut adalah poin-poin utama tentang program loyalitas di Permata Sentul Golf:

1. Diskon Khusus: Program loyalitas menawarkan berbagai diskon seperti biaya keanggotaan, green fee, restoran, dan proshop.
2. Kartu Keanggotaan: Implementasi program dilakukan melalui kartu keanggotaan yang dapat digunakan saat transaksi.
3. Komunikasi yang Efektif: Informasi tentang diskon dan promosi disampaikan melalui email, aplikasi mobile, media sosial, dan pengumuman di clubhouse.
4. Event Khusus: Selain diskon, program loyalitas juga mencakup event khusus bagi anggota seperti turnamen eksklusif.
5. Pemberitahuan Teratur: Anggota menerima pemberitahuan teratur tentang penawaran dan promosi melalui berbagai kanal komunikasi.

Dengan program loyalitas ini, Permata Sentul Golf dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggotanya, sehingga mereka merasa dihargai dan termotivasi untuk terus bermain di lapangan golf tersebut.

- b) Program loyalitas atau hadiah yang memotivasi pemain untuk sering bermain di Permata Sentul Golf.

Hasil Wawancara Terkait Seberapa besar kontribusi program loyalitas terhadap peningkatan loyalitas dan kepuasan pemain di

Permata Sentul Golf?

Dari hasil wawancara, berikut adalah poin-poin utama tentang kontribusi program loyalitas terhadap loyalitas dan kepuasan pemain di Permata Sentul Golf:

1. Kontribusi Signifikan: Program loyalitas memiliki kontribusi besar dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan pemain.
2. Nilai Tambah: Program ini memberikan nilai tambah berupa diskon dan penawaran khusus, yang sangat dihargai oleh pemain.
3. Peningkatan Kunjungan: Adanya program loyalitas menyebabkan peningkatan jumlah kunjungan dan interaksi positif dengan pemain.
4. Pemasaran Efektif: Program ini juga membantu dalam memasarkan layanan Permata Sentul Golf secara lebih efektif melalui rekomendasi dari pemain yang puas.
5. Motivasi Tambahan: Pemain merasa lebih termotivasi untuk sering bermain di Permata Sentul Golf berkat manfaat yang mereka peroleh dari program loyalitas.

Dengan program loyalitas ini, Permata Sentul Golf dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pemainnya, sehingga mereka merasa dihargai dan termotivasi untuk terus bermain di lapangan golf tersebut.

4. Teknik Tataan

Teknik tataan adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut.

- a) Penyajian pesan yang menarik secara visual dan verbal di media sosial

dan website.

Hasil Wawancara Terkait Apa tantangan terbesar yang dihadapi Permata Sentul Golf dalam menyajikan pesan yang konsisten dan menarik secara visual dan verbal di berbagai platform digital?

Dari hasil wawancara, tantangan terbesar yang dihadapi Permata Sentul Golf dalam menyajikan pesan yang konsisten dan menarik secara visual dan verbal di berbagai platform digital mencakup beberapa aspek utama:

1. Konsistensi Pesan: Menjaga agar pesan tetap konsisten di berbagai platform dengan karakteristik dan audiens yang berbeda.
2. Kualitas Visual: Memastikan kualitas visual yang tinggi dan menarik secara terus-menerus membutuhkan sumber daya dan kreativitas yang konsisten.
3. Relevansi dan Diversifikasi Konten: Menjaga konten tetap relevan dan menarik bagi berbagai segmen pemain golf tanpa mengorbankan identitas merek.
4. Adaptasi Platform: Menyesuaikan gaya komunikasi dengan format dan dinamika masing-masing platform digital tanpa kehilangan esensi pesan.
5. Kolaborasi Kreatif: Bekerjasama erat dengan tim kreatif dan desainer untuk menciptakan visual yang menarik dan sesuai standar merek.

Dengan menghadapi dan mengatasi tantangan ini, Permata Sentul Golf dapat terus meningkatkan daya tarik dan loyalitas pemain melalui strategi komunikasi persuasif yang efektif.

- b) Struktur pesan yang mudah dipahami dan mendorong tindakan tertentu dari pemain golf.

Hasil Wawancara Terkait Bagaimana Permata Sentul Golf memastikan bahwa pesan-pesan promosi atau diskon disampaikan dengan jelas dan memotivasi pemain golf untuk memanfaatkan penawaran tersebut?

Dari hasil wawancara, berikut adalah beberapa cara Permata Sentul Golf memastikan bahwa pesan-pesan promosi atau diskon disampaikan dengan jelas dan memotivasi pemain golf untuk memanfaatkan penawaran tersebut:

1. Penggunaan Bahasa yang Jelas dan Sederhana: Memastikan informasi penting seperti syarat dan ketentuan serta manfaat yang didapat disajikan dengan jelas.
2. Segmentasi Audiens: Menyesuaikan pesan dengan kebutuhan masing-masing segmen audiens untuk meningkatkan relevansi.
3. Desain Visual yang Menarik: Menggunakan desain visual yang menarik dan mudah dibaca serta call-to-action yang jelas.
4. Berbagai Saluran Komunikasi: Menggunakan email, media sosial, SMS, papan pengumuman di klub, dan staf di lapangan untuk menyampaikan pesan.
5. Pengarahan kepada Staf: Memberikan pengarahan kepada pramu golf/caddy agar mereka bisa membantu menyampaikan informasi kepada pemain langsung di lapangan.
6. Evaluasi dan Penyesuaian: Melakukan evaluasi rutin terhadap respon kampanye dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Dengan pendekatan ini, Permata Sentul Golf dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan promosi yang memotivasi pemain golf untuk memanfaatkan penawaran yang ada.

5. Teknik Red-herring

Teknik red-herring adalah seni seorang komunikator untuk meraih sebuah kemenangan dalam perdebatan dalam proses komunikasi dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan sebagai senjata yang sangat ampuh untuk melakukan penyerangan terhadap lawan. Dalam praktiknya disini penulis membagi dua item penelitian atau dua item pertanyaan dari Indikator Teknik Red-Herring yang akan dijelaskan sebagai berikut, dibawah ini adalah wawancara penulis bersama dengan Informan yang sebelumnya sudah penulis tentukan:

- a) Strategi mengalihkan perhatian dari kelemahan atau kekurangan dengan menonjolkan keunggulan Permata Sentul Golf.

Hasil Wawancara Terkait Dalam menghadapi persaingan yang ketat, bagaimana Permata Sentul Golf menonjolkan pengalaman unik bermain golf di lingkungan tropis alami untuk mengalihkan perhatian dari kelemahan lainnya?

Dari hasil wawancara, berikut adalah poin-poin utama tentang strategi Permata Sentul Golf dalam menonjolkan pengalaman unik bermain golf di lingkungan tropis alami untuk mengalihkan perhatian dari kelemahan lainnya:

1. Keindahan Alam: Menonjolkan keindahan dan suasana alami lapangan golf sebagai daya tarik utama.
2. Pengalaman Unik: Mengedepankan pengalaman bermain yang berbeda dan eksotis di lingkungan tropis alami.
3. Konten Visual dan Media Sosial: Menggunakan gambar, video, dan konten media sosial untuk mempromosikan keunggulan lingkungan.

4. Testimoni Pemain: Menggunakan testimoni positif dari pemain untuk menekankan pengalaman positif yang mereka alami.
5. Acara dan Turnamen: Mengadakan acara yang memanfaatkan keunggulan lingkungan untuk menarik perhatian pemain.

Dengan strategi ini, Permata Sentul Golf berhasil mengalihkan perhatian dari kelemahan lain dan menonjolkan keunggulan unik yang mereka miliki, sehingga tetap menjadi pilihan utama para pemain golf.

- b) Kemampuan staf untuk menangani keluhan pemain dengan mengarahkan diskusi ke aspek positif yang dikuasai.

Hasil Wawancara Terkait Dalam situasi di mana pemain mengeluhkan kondisi lapangan, bagaimana staf Permata Sentul Golf mengalihkan perhatian dengan menonjolkan keunggulan restoran dan proshop yang tersedia di tempat?

Dari hasil wawancara, berikut adalah poin-poin utama tentang kemampuan staf Permata Sentul Golf dalam mengarahkan diskusi ke aspek positif saat menangani keluhan pemain:

1. Empati dan Solusi Cepat: Staf mendengarkan keluhan dengan empati dan mencari solusi yang sesuai.
2. Menonjolkan Fasilitas Lain: Mengarahkan pemain untuk menikmati keunggulan restoran dan proshop.
3. Rekomendasi Spesial: Memberikan rekomendasi spesial tentang menu restoran atau koleksi baru di proshop.
4. Pengalaman Keseluruhan: Fokus pada memberikan pengalaman keseluruhan yang memuaskan bagi pemain.
5. Pendekatan Positif: Menggunakan pendekatan yang membuat pemain merasa dihargai dan tetap antusias.

Dengan strategi ini, Permata Sentul Golf berhasil mengalihkan perhatian dari keluhan dan menonjolkan keunggulan lain yang mereka miliki, sehingga menjaga kepuasan dan loyalitas pemain.

KESIMPULAN

penelitian ini menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Permata Sentul Golf berhasil meningkatkan loyalitas pemain golf. Teknik-teknik yang digunakan termasuk asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, dan red-herring, yang diaplikasikan melalui strategi seperti penggunaan tren terkini, keterlibatan selebriti, interaksi personal, testimoni pemain, program loyalitas, penyajian pesan yang menarik, dan kemampuan staf dalam menangani keluhan.

Hambatan yang dihadapi tim marketing mencakup ketidakcocokan tren dengan audiens, keterbatasan anggaran, dan kesulitan dalam memastikan keaslian testimoni serta konsistensi pesan.

Upaya-upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan ini telah menunjukkan hasil positif, dengan peningkatan kepuasan dan loyalitas pemain golf. Implikasi praktis dari hasil ini adalah bahwa Permata Sentul Golf dapat terus memperbaiki strategi komunikasi mereka, melibatkan selebriti, memastikan interaksi personal yang autentik, memperbaiki program loyalitas, menjaga konsistensi dan daya tarik pesan promosi, serta melatih staf untuk menangani keluhan dengan empati. Implementasi yang efektif dari strategi-strategi ini akan terus mendukung pertumbuhan loyalitas dan kepuasan pemain golf di Permata Sentul Golf.

REFERENSI

- Bhasin, H. (26 Oktober 2020). Customer loyalty: Definition, importance, elements & stages. Marketing.
- Carissa, A. O., Fauzi, A., & Kumadji, S. (2014). Penerapan Customer Relationship Management (Crm) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(1).

- Digital, T. S. (18 Oktober 2022). Customer loyalty: Pengertian, Tujuan Dan Manfaat bagi bisnis. Sasana Digital - Training | Consulting | Learning | Operation. <https://sasanadigital.com/customer-loyalty-adalah/>. (n.d.).
- Drs. Nasaruddin Siregar, M. (2022). Teknik Komunikasi Persuasif Pengurus Kabasa Dalam Mengajak Anak Jalanan Untuk Belajar. *Ikon Jurnal Ilmu Komunikasi 2022 (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)*, 1978-6972.
- Fadli. (2021). Komunikasi Persuasif Penjual Hewan Untuk Menarik Minat Pembeli Di Pasar Hewan Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. *IAIN Ponorogo*.
- Home. SendPulse. (25 Agustus 2022). <https://sendpulse.com/support/glossary/customer-loyalty>. (n.d.).
- Hamandia, M. R., & Santi, E. D. N. (2021). Strategi Komunikasi Persuasif OJESA (Ojek Sahabat Wanita) Palembang dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen di Era Pandemi Covid-19. *Wardah*, 22(2), 55-64.
- Hennita, G., Prisyliya, M. E., & Saffira, V. (2020). Analisis komunikasi persuasif pada akun instagram frelynshop dalam meningkatkan brand image. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 227-240.
- Hanana, A., Elian, N., & Marta, R. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, 6(1), 34-46.
- Hamandia, M. R., & Razzaq, A. (2019). Strategi Komunikasi Persuasif dengan Metode Kisah dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3(2), 175-188.
- Lina, M. (2020). *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Jawa Timur: Scopindo Media Pustaka.
- Muawanah, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pengguna Jasa Pengiriman Paket PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Jakarta* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Nasri, M., 2014, "Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Nasabah: Aplikasi Servqual Model Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 3, No. 3. 2014.
- Perloff. (2017). *The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes*. New York: Routledge.

- permasentulgolf. (2024, Mei Jum'at). *permasentulgolf.net*. Retrieved from BOGOR.WEST JAVA: <https://www.permasentulgolf.net/contact-us/>
- Prasanty, A. P. (2024). Strategi Marketing Public Relations Senayan Golf Club Dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 30-47.
- Roskina, S. (2020). *Komunikasi Dalam Organisasi*. Gorontalo: UNG press Gorontalo.
- Rosadiputri, K. D., & Christin, M. (2021). Komunikasi Persuasif Dalam Mempertahankan Loyalitas Relawan Pada Komunitas Sosial. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 7(1), 606-616.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Soemirat, Soleh, & Ardianto, E. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sulistyastuti. (2020). Strategi Komunikasi Persuasif Gojek Dalam Menarik Minat Pelanggan (Studi Kasus Gojek di Wilayah Ponorogo). *Jurnal komunikasi*.
- Saleh, Akh. Muwafik.2010. *Public Service Communication Praktik Komunikasi Dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah Kisah Pelayanan*, Malang: UMM Press.
- Tjiptono, Fandy,2000. *Manajemen Jasa*,Edisi Kedua, Yogyakarta: Andy Offset._____. 2012. *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.