

# **STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PADA SALON KECANTIKAN TOKYO BELLE CABANG CITRALAND SURABAYA**

**ABSTRAK Oleh:**

**Fu'ati Wardiyana Saputri  
2061328**

**Dosen Pembimbing:  
Dr. Nuri Purwanto, S.ST., MM**

Bisnis kecantikan adalah satu diantara berbagai sektor bisnis yang mengikuti perkembangan masyarakat dalam hal *lifestyle* untuk menjaga penampilan agar terlihat menarik. Dari kebutuhan tersebut maka banyak berdiri salon kecantikan untuk memenuhi kebutuhan akan merawat penampilan. Salah satu salon kecantikan yang cukup terkenal yaitu Salon Kecantikan Tokyo Belle. Upaya Tokyo Belle dalam menarik pelanggan baru dan loyalitas pelanggan yang terus dipertahankan yaitu salah satunya melakukan pemasaran yang tepat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi *digital marketing* pada Salon Kecantikan Tokyo Belle Cabang Citraland Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Model penelitian ini menggunakan modifikasi model dari desain sederhana dengan triangulasi teori. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan Salon Kecantikan Tokyo Belle berhasil meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui manajemen ulasan yang efektif, pelatihan staf yang berkualitas, serta strategi digital marketing yang terencana. Pemanfaatan media sosial dan influencer, konsistensi dalam konten, serta penggunaan hashtag secara tepat telah memperluas jangkauan audiens dan memperkuat branding salon.

**Kata Kunci:** Pemasaran Digital, Salon Kecantikan, Peningkatan Kunjungan

**DIGITAL MARKETING STRATEGY AT TOKYO BELLE BEAUTY SALON  
CITRALAND SURABAYA BRANCH**

**ABSTRACT By:**

**Fu'ati Wardiyana Saputri  
2061328**

**Mentor:  
Dr. Nuri Purwanto, S.ST., MM**

*The beauty business is one of the various business sectors that follow the development of society in terms of lifestyle to maintain an attractive appearance. From this need, many beauty salons have been established to meet the need to maintain appearance. One of the most famous beauty salons is the Tokyo Belle Beauty Salon. Tokyo Belle's efforts to attract new customers and maintain customer loyalty include conducting the right marketing. The purpose of this study was to determine the digital marketing strategy at the Tokyo Belle Beauty Salon, Citraland Surabaya Branch. This study uses a qualitative research method with a phenomenological approach. This research model uses a modification of the simple design model with theory triangulation. Data collection techniques through interviews, observations and documentation. The results of this study indicate that the Tokyo Belle Beauty Salon has succeeded in increasing customer satisfaction and loyalty through effective review management, quality staff training, and a planned digital marketing strategy. The use of social media and influencers, consistency in content, and the use of hashtags appropriately have expanded the reach of the audience and strengthened the salon's branding..*

**Keywords:** *Digital Marketing, Beauty Salon, Increase in visits*