STRATEGI PROMOSI BISNIS FASHION RETAIL BUTIK MAZEE THE FASHION STORE DI JAKARTA UNTUK MENCIPTAKAN AWARENESS PERIODE TAHUN 2012

SKRIPSI

Diajukan sebagai satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S- 1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communications

Disusun oleh :

VICKO TAUFIK EFENDY

44310110061

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2013

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NIM	: 44310110061
Nama	: Vicko Taufik Efendy
Judul	:STRATEGI PROMOSI BISNIS FASHION RETAIL MAZEE THE FASHION STORE DI JAKARTA UNTUK MENCIPTAKAN AWARENESS PERIODE TAHUN 2012

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir saya adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiat. Apabila ternyata ditemukan didalam Laporan Akhir saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap untuk mendapatkan sanksi akademik yang terkait dengan hal tersebut.

Jakarta, 19 February 2013

METERAI TEMPEL
AFB5FABF275430848
ENAM RIBU RUPIAH
6000 DJP

(Vicko Taufik Efendy)

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul	: STRATEGI PROMOSI BISNIS FASHION RETAIL MAZEE THE FASHION STORE DI JAKARTA UNTUK MENCIPTAKAN AWARENESS PERIODE TAHUN 2012
Name	: Vicko Taufik Efendy
NIM	: 44310110061
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Marketing Communications

Jakarta, 19 February 2013

Mengetahui

Pembimbing

(Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si)

BidangStudi Marketing Communication and Advertising
FakultasIlmuKomunikasi
UniversitasMercuBuana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI BISNIS FASHION RETAIL BUTIK MAZEE THE FASHION STORE DI JAKARTA UNTUK MENCIPTAKAN AWARENESS PERIODE TAHUN 2012

Nama : Vicko Taufik Efendy

NIM : 44310110061

Fakultas : IlmuKomunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 19 Februari 2013

1. KetuaSidang

   S.M. Niken Restaty, M.Si. ( )

2. PengujiAhli

   Berliani Ardha, S.E., M. Si ( )

3. Pembimbing

   Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si. ( )

BidangStudi Marketing Communication and Advertising
FakultasIlmuKomunikasi
UniversitasMercuBuana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI BISNIS FASHION RETAIL BUTIK MAZEE THE FASHION STORE DI JAKARTA UNTUK MENCIPTAKAN AWARENESS PERIODE TAHUN 2012

Nama : Vicko Taufik Efendy

NIM : 44310110061

Fakultas :Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 19 Februari 2013

Mengetahui,

Pembimbing

Dra. Tri Diah Cahyowati, M. Si.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)

KATA PENGANTAR

Sebuah kebanggan bagi penulis saat dapat penyelesaikan penulisan skripsi ini. Semuanya berkat Allah SWT, yang telah memberikan tuntunan akal, pikiran dan kesehatan serta kemauan untuk bekerja keras, sehinga tercapailah satu tahapan pembelajaran tentang ilmu pengetahuan dan salah satu dari tahapan itu adalah skripsi.

Mengingat bahwa manusia tidak luput dari suatu kesalahan, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun setidaknya penulis telah berusaha untuk melewati segala rintangan, hambatan serta cobaan yang ada selama penulis mengerjakan skripsi ini, maka inilah hasil dari sebuah proses untuk menuju masa depan yang diinginkan.

Seperti yang telah diketahui bersama, bahwa penyusunan skripsi ini adalah demi memenuhi syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Selain itu penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang sangat berarti, baik secara moril maupun materil dan penghargaan dan juga bantuan untuk memberikan materi penulisan disertai data –data yang berkaitan dengan judul skripsi, karena itu pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dra. Tri Diah Cahyowati M.Si, Dosen Pembimbing, terima kasih atas kebaikannya karena telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan dan mengajari penulis hingga selesai dengan baik.
2. Pada semua dosen Jurusan Marketing Komunikasi Universitas Mercu Buana untuk kelas karyawan, terima kasih telah mengajar dan memberikan pengalaman yang bermanfaat selama penulis

mengikuti perkuliahan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

3. Dra. Tri Diah Cahyowati M.Si, Ketua Bidang Studi Juruan Marketing Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Terima kasih telah memberikan izin penulis untuk menyusun skripsi
4. Para staff TU Fikom, terima kasih atas bantuannya mengenai surat –surat permohonan dan perizasahan.
5. Bapak. Bobby Erliawan selaku Tenant Customer Relation (TCR) yang telah membantu penulis untuk memperoleh data – data serta observasi langsung di butik MAZEE The Fashion Store.
6. Bapak. Rizal selaku Marcom MAZEE The Fashion Store yang telah memberikan kesempatan untuk terjun langsung mengikuti program – program atau event – event yang diselanggaran.
7. Para staff MAZEE The Fashion Store terima kasih atas segala dukungan dan kerjasamanya.
8. Ibu dan ayah tercinta, abang – abang dan kakak – kakak penulis, terima kasih atas segala dukungan serta doanya yang telah diberikan kepada penulis.
9. Terima kasih kepada bapak Joko Chahjono, selalu memberikan motivasi serta masukan yang penulis dapatkan, sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman – teman angkatan 2010 khususnya jurusan Marketing Komunikasi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas supportnya.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam pencarian data skripsi yang tidak mungkin dapat disebutkan satu persatu.

Jakarta, 29 December 2012

Vicko Taufik Efendy

DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan		i
Lembar Persetujuan Skripsi		ii
Tanda Lulus Sidang Skripsi		iii
Lembar Perbaikan Skripsi		iv
Kata Pengantar		v
Daftar Isi		vii
Abstaraksi		ix
BAB I	PENDAHULUAN	
1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Perumusan Masalah	6
1.3	Tujuan Penelitian	7
1.4	Manfaat Penelitian	7
BAB II	KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1	Promosi Sebagai Kegiatan Pemasaran	9
2.2	Strategi Promosi	15
2.3	Bauran Promosi	17
2.4	STP (Segmentasi, Targeting, Positioning)	31
2.5	Brand Awareness	34
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1	Type dan Sifat Penelitian	37
3.2	Metode Penelitian	38

3.3 Subjek Penelitian/Narasumber 38

3.4 Metode Pengumpulan Data 39

3.5 Teknik Pengumpulan Data 41

3.6 Definisi Konsep 41

3.7 Fokus Penelitian 42

3.8 Metode Analisi Data 42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 44

4.2 Hasil Penelitian 49

4.2.1 Analisis Situasi (SWOT) 49

4.2.2 STP (Segmentasi, Targeting, Positiong) 53

4.2.3 Tujuan Strategi Komunikasi 54

4.2.4 Strategi Promosi yang Digunakan 56

4.3 Pembahasan 62

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 69

5.2 Saran 71

Tabel 2.1 Empat P Dari Bauran Pemasaran

Tabel 2.2 Elemen – Elemen Dalam Proses Komunikasi

Daftar Pustaka

Lampiran