



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT INDOGEOTECH PADA
PRODUK GPS UNTUK MEMPERTAHANKAN LOYALITA PELANGGAN
PERIODE 2012**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication & Advertising**

Disusun Oleh :

RADEN ERI SETIAWAN

44308010020

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT.INDOGEOTECH PADA PRODUK GPS
UNTUK MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN TAHUN 2012**

Nama : **RADEN ERI SETIAWAN**

NIM : **44308010020**

Bidang Studi : **ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION**

Fakultas : **ILMU KOMUNIKASI**

Jakarta, 18 Juni 2013

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Menyetujui
Pembimbing Skripsi

Berliana Ardha, SE, M.Si



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT.INDOGEOTECH PADA PRODUK GPS UNTUK
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN
TAHUN 2012**

Nama : **RADEN ERI SERTIAWAN**

NIM : **44308010020**

Bidang Studi : **ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION**

Fakultas : **ILMU KOMUNIKASI**

Jakarta, 18 Juni 2013

Mengetahui

- 1. Ketua Sidang**
A. Rahman H.I., MM. M.Si
- 2. Penguji Ahli**
SM. Niken Restaty S.Sos., M.Si
- 3. Pembimbing Skripsi**
Berliana Ardha, SE, M.Si

.....)

.....)

.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT.INDOGEOTECH PADA PRODUK GPS UNTUK
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN
TAHUN 2012

Nama : RADEN ERI SETIAWAN

NIM : 44308010020

Bidang Studi : ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION

Fakultas : ILMU KOMUNIKASI

Jakarta, 18 Juni 2013

Mengetahui

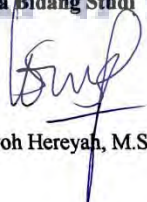
Pembimbing Skripsi


Berliana Ardha, SE, M.Si

Dekan Fikom UMB

Ketua Bidang Studi


Dr. Agustina Zubair, M.Si


Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Raden Eri Setiawan
Nim : 44308010020
Bidang Studi : Marketing Comunication & Advertesing

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT INDOGEOTECH PADA PRODUK GPS UNTUK MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN TAHUN 2012 adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi sarjana ilmu komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa kutipan dan sumber informasinya yang telah saya cantumkan sebagai mana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima saksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, Juni 2013

Yang membuat pernyataan.



(Raden Eri Setiawan)

Dekan Falkultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair,M.Si)

Ketua,Bidang Studi

(Dra. Yoyoh Herayah,M.Si)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim,

Segala puji dan syukur dipanjatkan selalu ke hadirat Ilahi Rabbi Allah SWT, atas segala limpahan nikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, Shalawat dan salam selalu tercurang kepada Nabi Muhammad Saw, beserta para keluarga, para sahabat, dan umatnya yang setia.

Selanjutnya, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang membantu kelancaran penulisan skripsi ini, baik berupa dorongan moril maupun materil. Karena peneliti yakin tanpa bantuan dan dukungan tersebut, sulit rasanya bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Disamping itu, izinkan peneliti untuk menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu, Beliana Ardha, SE, M, Si Sebagai pembimbing peneliti yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai harganya bagi penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. A.Rahman H.I., MM., M.Si ketua siding penulis yang telah memberikan kritik dan saran peneliti untuk lebih mendalam dalam penelitian.
3. Ibu, Dra. Yoyoh Herehah M. Si Sebagai Kaprodi yang telah memberikan izin untuk meneliti penelitian.

4. Bapak. SM.Niken Restaty S.Sos.,M.Si yang telah memberikan keritikan dan saran yang sangat membangun demi kesempurnakan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, semoga Bapak dan Ibu dosen selalu dalam rahmat dan lindungan Allah SWT. Sehingga ilmu yang telah diajarkan dapat bermanfaat dikemudian hari.
6. Bapak pimpinan beserta para staff Perpustakaan Utama, atas segala kemudahan yang diberikan kepada penulis untuk mendapatkan referensi yang mendukung penyelesaian skripsi ini
7. Bapak Hendra dan mama Muni serta kaka Hermi abang Herman dan abang Felki yang telah memberikan support baik moril maupun materil serta ke dua ponakan saskia dan azil yang aku sayang.
8. Bapak Dadan Darmawan, *Director* PT. Indogeotech, yang telah bersedia mengizinkan serta membantu untuk melakukan penelitian di perusahaan PT. Indogeotech.
9. Jason sahabat yang telah memberikan dukungan dan bantuannya baik kritik, saran, maupun motivasi kepada penulis.
10. Kawan-kawanku Mahasiswa UMB khususnya kawan-kawan seperjuangan Jurusan Marketing Komunikasi angkatan 2008 terlebih kepada Randy Ramadhan Patma Andika S.ikom, Yogi Septian Hardi S. ikom, Siswanto S.ikom, Alvian Rasyid Azibullah S.ikom,Rio H. P.

Laksamana, Hendra Ningrat S.ikom, yang selalu memberikan support dan doanya .

11. Kepada seluruh pihak yang peneliti tidak dapat sebutkan satu persatu.

Akhir kata perkenankanlah penelitian mohon maaf, apabila penulis skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna. Semoga Allah Swt, membalas semua doa, kebaikan, dukungan, dan bantuan mereka yang telah diberikan. Amin.



Penulis

Raden Eri Setiawan

DAFTAR ISI

Lembaran Persetujuan Skripsi.....	ii
Lembaran Lulus Sidang Skripsi.....	iii
Lembaran Pengesahan Skripsi.....	iv
Lembaran Pernyataan Originalitas Skripsi.....	v
Abstraksi.....	vi
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Praktis.....	6
1.4.2 Manfaat Akademi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi.....	7

2.1.1	Definisi Komunikasi.....	7
2.2	Strategi Komunikasi Pemasaran.....	9
2.3	Komunikasi Pemasaran.....	12
2.4	STP (Segmentasi, Targeting, Positioning).....	13
2.4.1	Segmentasi.....	13
2.4.2	Targeting.....	14
2.4.3	Posisioning.....	15
2.5	Analisa SWOT.....	16
2.6	Bauran Promosi.....	17
2.6.1	Periklanan.....	18
2.6.2	Personal Selling.....	20
2.6.3	Sales Promotion.....	21
2.6.5	Direct Marketing.....	23
2.8	Loyalitas pelanggan.....	25
2.9	Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian.....	29
3.2	Metode Penelitian.....	29
3.3	Narasumber.....	30
3.3	Tehnik Pengumpulan Data.....	31

3.5	Definisi Konsep.....	31
3.6	Fokus Penelitian.....	32
3.7	Tehnik Analisa Data.....	33
3.8	Tehnik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	36
4.1.1	Ruang Lingkup Perusahaan.....	37
4.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan.....	37
4.1.3	Produk Utama.....	38
4.1.4	Struktur Organisasi PT.Indogeotech Darma Solusi.....	40
4.1.5	Tugas Tugas Organisasi PT.Indoegeotech.....	40
4.2	Hasil penelitian.....	42
4.2.1	Analisis Situasi.....	43
4.2.1.1	<i>Strengths</i> (kekuatan).....	43
4.2.1.2	<i>Weakness</i> (Kelemahan).....	44
4.2.1.3	<i>Opportunities</i> (Peluang).....	45
4.2.1.4	<i>Treaths</i> (Aancaman).....	45
4.2.1.5	<i>Segmentasi</i>	46
4.2.1.6	<i>Targeting</i>	46
4.2.1.7	<i>Positioning</i>	47
4.2.1.8	Riset dan Evaluasi	48

4.2.2.Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Produk GPS Untuk Mempertahankan Loyalitas PT. Indogeotech.....	48
4.2.3.Pelaksanakan Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Produk GPS Mempertahankan Loyalitas Pelanggan PT. Indogeotech	50
1. Periklanan	51
2. Direct Marketing.....	52
3. Public relation.....	52
4. Personal Selling.....	53
4.2.4 Pembahasan	55
1. Analisa Faktor Kunci (<i>Key Factor Analysis</i>).....	56
a. Strengths (kekuatan).....	57
b. Weakness (kelemahan).....	58
c. Opportunities (peluang).....	58
d. Threats (Ancaman).....	59
e. Publisitas	59
1. Produk (Product).....	60
2. Positioning.....	60
3. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	61
a. Periklanan.....	61
b. Penjualan Tatap Muka.....	62
c. Publisitas.....	63

d. Direct Marketing.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	65
5.2.1Saran Praktis	66
5.2.2Saran Akademis.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
DAFTAR LAMPIRAN.....	Viii

