



**STRATEGI PROMOSI PT.BLUE BIRD GROUP TAHUN 2010 DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN KORPORAT**

SKRIPSI

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

Disusun oleh

Lia Natalia Bachdar

44305120046

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2011



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **STRATEGI PROMOSI PT. BLUE BIRD GROUP**
TAHUN 2010 DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN KORPORAT

Nama : Lia Natalia Bachdar

NIM : 44305120046

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, Februari 2011

Mengetahui

Pembimbing

Sugihantoro, S.Sos



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **STRATEGI PROMOSI PT. BLUE BIRD GROUP
TAHUN 2010 DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN KORPORAT**

Nama : Lia Natalia Bachdar

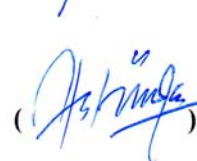
NIM : 44305120046

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, Februari 2011

1. Ketua Sidang
Nama : **Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si**
2. Penguji Ahli
Nama : **Ir. Utje Usman Slamet MS., DMS**
3. Pembimbing
Nama : **Sugihantoro, S.Sos**

()
()
()



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **STRATEGI PROMOSI PT. BLUE BIRD GROUP
TAHUN 2010 DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN KORPORAT**

Nama : Lia Natalia Bachdar
NIM : 44305120046
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, Februari 2011

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing

(Sugihantoro, S.Sos)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

"Keep your thoughts positive because your thoughts become your words.

Keep your words positive because your words become your behavior.

Keep your behavior positive because your behavior becomes your habits.

Keep your habits positive because your habits become your values.

Keep your values positive because your values become your destiny."

— [Mahatma Gandhi](#)

"Live as if you were to die tomorrow. Learn as if you were to live forever."

— [Mahatma Gandhi](#)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobil'alamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT Yang Maha Kuasa atas segala Rahmat, Karunia serta Hidayah-Nya, yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Strategi Promosi PT. Blue Bird Group Tahun 2010 Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Korporat”**.

Skripsi ini disusun dan dipersiapkan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Adapun proses yang penulis lalui tidak terlepas dari dukungan orang-orang sekitar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengungkapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya pada berbagai pihak yang telah membantu baik secara material maupun spiritual, sehingga selesainya penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dipersembahkan kepada :

1. Bapak Sugihantoro, S.Sos, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu dan tidak bosan untuk memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi hingga selesai.

2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku Ketua Sidang dan Ketua Jurusan Marketing Communication & Advertising Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Ir. Utje Usman Slamet MS. DMS., selaku Penguji Ahli.
4. Bapak Tony Liandouw selaku Corporate Image Manager PT. Blue Bird Group, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi dan memberi data-data yang dibutuhkan untuk melengkapi penelitian ini.
5. Ibu Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fikom Universitas Mercubuana.
6. Para Dosen Jurusan Marcomm & Advertising yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan di Fikom Universitas Mercubuana.
7. Seluruh staff, TU FIKOM Universitas Mercubuana dan perpustakaan yang telah memberikan kemudahan dalam keperluan akademis penulis.
8. Bapak dan Ibu Bachdar kedua orang tuaku tercinta, yang selalu menjadi panutan dan motivator dalam segala hal, yang tidak pernah berhenti mendoakan, memberikan kasih sayang dan dukungan serta bantuan secara moril dan materil selama ini.
9. Adikku tercinta JB , yang selalu mendukung dan mendoakan agar kakak tercintanya cepat lulus.
10. Heri Ariffianto, ST, suamiku terkasih dan tersayang, terima kasih atas waktu dan dukungannya serta menjadi pembangkit motivasi pribadi penulis untuk menyelesaikan kuliah di Universitas Mercubuana.
11. Sahabat-sahabatku, Dian Utama, Anna Dwi Anggraini, Eva Harianti, Yuyum, Dhani Wibiksana, Oktaviandi, Edo Silaen, Wisnu Widhana, terima kasih

selalu menyemangati & mendengar keluhanku, alhamdulillah akhirnya skripsiku selesai juga.

12. Keluarga besar Marcomm & Advertising khususnya angkatan VIII dan angkatan IX : Rico Lionardi, Diana Ng, Pak Malkani, Pak Irza Rivai, Retno Damayanti, Misdi, Agung, Goesly, Ananda Mutia dan semua rekan yang tidak disebutkan namanya, terima kasih atas pemikiran, support dan hubungan baik yang terbina selama ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan, dan penulis juga menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan waktu dan pengetahuan, oleh karena itu saran dan kritik membangun sangat diharapkan.

Amin Ya Robal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, Februari 2011

Penulis

Lia Natalia Bachdar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi sebagai elemen inti kegiatan pemasaran.....	9
2.2. Analisa Situasi Pasar	13
2.2.1. Analisa SWOT	16
2.2.2. Analisa STP.....	17

2.3. Pengertian Promosi	23
2.4. Strategi Promosi	24
2.5. Bauran Promosi	29
2.6. Tujuan Promosi	35
2.7. Pengertian Loyalitas Pelanggan	37
2.7.1 Definisi Loyalitas	38
2.7.2 Tingkatan Loyalitas Pelanggan	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tipe Penelitian	42
3.2. Metode Penelitian	42
3.3. Subyek Penelitian	43
3.4. Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1. Data Primer	43
3.4.2. Data Sekunder	44
3.5. Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	44
3.5.1. Definisi Konsep	44
3.5.2. Fokus Penelitian	44
3.6. Teknik Analisis Data	45
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Blue Bird Group	47
4.1.2. Visi dan Misi	49

4.1.2.1.	Visi	49
4.1.2.2.	Misi	49
4.1.3.	Penghargaan Perusahaan	50
4.2.	Hasil Penelitian	51
4.2.1.	Analisa SWOT	52
4.2.2.	Analisa STP.....	55
4.2.3.	Strategi Promosi	56
4.2.4.	Tipe Strategi Promosi	57
4.2.5.	Bauran Promosi	58
4.2.6.	Tujuan Kegiatan Promosi	62
4.2.7.	Pengukuran Tingkatan Loyalitas Pelanggan	
	Korporat	62
4.3.	Pembahasan.....	63
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	73
5.2.	Saran.....	74
5.2.1.	Saran Akademis	74
5.2.2.	Saran Praktis	75
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Relasi Antara Bauran Pemasaran dan Bauran Komunikasi	12
-----------	--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Push Strategy dan Pull Strategy	26
Gambar 2.2	Faktor Bauran	27
Gambar 2.3	Piramida Loyalitas	41