



**Strategi Promosi PT. Standard Pen (Bolpen Standard) Dalam Mempertahankan
Loyalitas Pelanggan Pada Tahun 2011**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Marketing Communications & Advertising

Di Susun Oleh :

Siti Nanisa

44307010015

Marcomm & Advertising

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2011**

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Promosi PT. Standard Pen (Bolpen Standard) Dalam
Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Tahun 2011

Nama : Sili Nanisa

Nim : 443070 – 10015

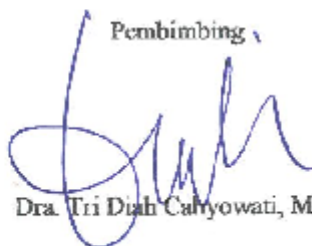
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Desember 2011

Mengetahui,

Pembimbing,



Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Promosi PT. Standard Pen (Bolpen Standard)
Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada
Tahun 2011

Nama : Siti Nanisa

Nim : 443070 – 10015

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Desember 2011

1. Ketua Sidang
Nama : Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si
2. Penguji Ahli
Nama : SM Niken Restaly, M.Si
3. Pembimbing
Nama : Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

(.....)

(.....)

(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Promosi PT. Standard Pen (Bolpen
Standard) Dalam Mempertahankan Loyalitas
Pelanggan Pada Tahun 2011
Nama : Siti Nanisa
Nim : 443070 – 10015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Desember 2011

Disetujui dan Diterima Oleh,

Pembimbing

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Created with

 **nitro**^{PDF} professional

download the free trial online at nitropdf.com/professional

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik yang berjudul **“Strategi Promosi PT. Standard Pen (Bolpen Standard) Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Tahun 2011”**. Laporan ini disusun guna melengkapi salah satu prasyarat untuk memperoleh Gelar sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Marcomm & Advertising Universitas Mercu Buana Jakarta .

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak, baik yang bersifat moril maupun materil. oleh karenanya, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Tri Diah Cahyowati selaku Kaprodi dan Pembimbing, yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan materi, dan masukan dalam teknik penulisan skripsi ini.
2. Pihak PT. Standard Pen yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bersedia menjadi bahan penelitian penulis. Tak lupa pula ucapan terima kasih kepada Ibu Eta Sulistiawaty selaku Head Of Marcomm, Mba Woro Wahyuningsih dan Syahidal Rizal selaku Staf Marcomm PT. Sandard Pen atas kesediaan waktunya untuk diwawancarai.

3. Orang Tua tercinta (Yono S & Nunung) dan keluarga yang tak pernah berhenti memberi dukungan moral, materi dan semangat dalam proses awal sampai dengan akhir penyelesaian skripsi ini sehingga dapat tersusunnya skripsi ini dengan baik dan benar.
4. Semua dosen fakultas ilmu komunikasi khususnya jurusan Marcomm & Advertising, serta para staf TU FIKOM Universitas Mercu Buana terima kasih atas bimbingan dan pengajarannya selama ini. ilmu kalian sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Untuk sahabat-sahabat terbaikku *Wonder Women* (Wd, Qq, Vta). Semangat buat selesain skripsinya dan makasih dukungannya.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulisan Skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun bilamana ada kekurangan di dalam penyusunan Skripsi ini atau masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan. tidak lupa harapan penulis semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri.

Jakarta, Desember 2011

Penulis

Penulisan Skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun bilamana ada kekurangan di dalam penyusunan Skripsi ini atau masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan. tidak lupa harapan penulis semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri.

Akhirnya penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan, dan dorongan serta kemurahan hati dari semua pihak, semoga mendapatkan anugerah dari Allah SWT.

Jakarta, Desember 2011

Siti Nanisa

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAKSI	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
 I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Signifikasi Penelitian.....	6
 II. TINJAUAN PUSTAKA.....	 7
2.1 Promosi Sebagai Salah Satu Elemen Bauran Pemasaran.....	7
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	9
2.3 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	11
2.4 Strategi Promosi.....	20
2.4.1 Identifikasi STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>).....	24
2.4.2 Identifikasi SWOT	28
2.5 Tujuan	29
2.6 Pengertian Loyalitas Pelanggan	31
2.6.1 Definisi Loyalitas	33
2.6.2 Tingkatan Loyalitas Pelanggan	34
 III. METODOLOGI PENELITIAN	 35
3.1 Sifat Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.3 Metode Pengumpulan Data	37

3.4 Narasumber	38
3.5 Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	39
3.6 Teknik Analisa Data.....	40
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	42
 IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Tentang PT. Standard Pen	43
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Analisa STP Bolpen Standard	46
4.2.2 Analisa SWOT Bolpen Standard.....	48
4.2.3 Strategi Promosi Bolpen Standard	50
4.2.4 Bauran Promosi Bolpen Standard	52
4.2.5 Tujuan Promosi Bolpen Standard	54
4.3 Pembahasan.....	55
4.3.1 Analisa Situasi	56
4.3.2 Penerapan Strategi Promosi.	60
4.3.3 Pelaksanaan Bauran Promosi	61
4.3.4 Tujuan Promosi.....	71
 V. KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
5.2.1 Bagi Akademik	73
5.2.2 Bagi Perusahaan.....	73

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar Marketing Mix dan Promotion Mix.	9
2. Gambar Startegi Tarik.	22
3. Gambar Strategi Dorong.	23

DAFTAR TABEL

1. Tabel Pelaksanaan Bauran Promosi.	68
2. Tabel Pelaksanaan Bauran Promosi Yang Tepat.	70