



**STRATEGI PROMOSI BRAND RAVE HABBIT DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN DI DEPARTMENT STORE
WILAYAH JAKARTA TAHUN 2016**

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :

Barep Wijanarko

44312120160

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI BRAND RAVE HABBIT
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI
DEPARTMENT STORE WILAYAH JAKARTA
TAHUN 2016**

Nama : Barep Wijanarko

NIM : 44312120160

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 09 Mei 2017

Mengetahui,

Pembimbing

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

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI BRAND RAVE HABBIT
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI
DEPARTMENT STORE WILAYAH JAKARTA
TAHUN 2016**

Nama : Barep Wijanarko

NIM : 44312120160

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 09 Mei 2017

Ketua Sidang,
Riswandi., M.Si

(.....)

Penguji Ahli,
Morissan. M.A

(.....)

Pembimbing I
Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI BRAND RAVE HABBIT
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI
DEPARTMENT STORE WILAYAH JAKARTA
TAHUN 2016**

Nama : Barep Wijanarko

NIM : 44312120160

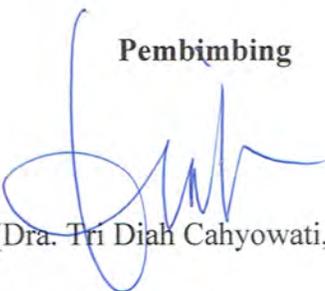
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 09 Mei 2017

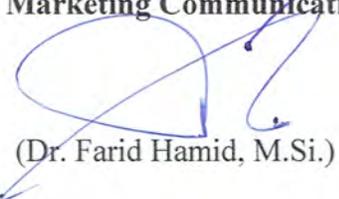
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



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

**Ketua Bidang Studi Advertising
& Marketing Communication**



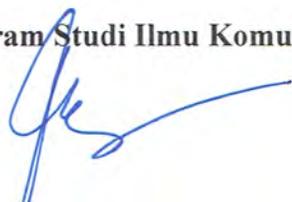
(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulisty, M.Comm., Ph.D.)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas keharidat Allah SWT karena berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Tujuan dibuatnya skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan kelulusan dalam menyelesaikan Program Studi S-1 Komunikasi Pemasaran dan Periklanan Universitas Mercu Buana untuk memperoleh gelar sarjana dalam bidang komunikasi.

Dalam proses pembuatannya, penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu mendukung, mendampingi serta mengingatkan dan berbagi ilmu dengan penulis.
2. Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku ketua bidang Studi Marcomm & Advertising yang telah memberikan ilmu dan motivasi bagi para mahasiswa.
3. Dr. Agustina Zubair., M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Bapak, Ibu, serta keluargaku yang tercinta yang telah memberikan banyak dukungan bermanfaat dalam bentuk limpahan nasihat moril dan materil selama penulis hidup hingga saat ini.
5. Teman – teman Marcomm 22 & seluruh angkatan, terima kasih atas bantuan dukungan serta kenangan bahagia dan berharga selama 5 tahun ini.

6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Marcomm & Advertising Universitas Mercu Buana Jakarta atas segala ilmu yang telah diberikan selama ini.
7. Para narasumber, terima kasih atas kerjasamanya selama ini dalam pengerjaan skripsi.
8. Seluruh kerabat dan pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih atas semua penghiburan dan bantuan selama penulis mengerjakan skripsi.

Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Berkah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan serta doanya untuk peneliti. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dikatakan sempurna. Oleh karena itu, adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, dan segenap mahasiswa/I Universitas Mercu Buana lainnya. Akhir kata, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Semoga ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi yang membacanya.

Jakarta, 09 Mei 2017

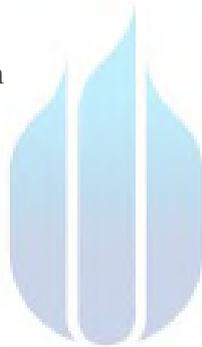
Barep Wijanarko

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi Pemasaran	16
2.3 Bauran Pemasaran	19
2.4 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> (STP)	23
2.4.1 <i>Segmentation</i>	24
2.4.2 <i>Targeting</i>	25
2.4.3 <i>Positioning</i>	26
2.5 Analisa SWOT	27
2.6 Strategi Promosi	29
2.6.1 Strategi <i>Push</i> dan <i>Pull</i>	30
2.6.2 Tujuan Strategi Promosi	32
2.7 Promosi (<i>Promotion</i>)	33
2.7.1 Bauran Promosi	35

2.8 Strategi Promosi Online	41
2.9 <i>Department Store</i>	49
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1.Paradigma Penelitian	51
3.2 Tipe Penelitian	52
3.3 Metode Penelitian	53
3.4 Subyek Penelitian	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data	55
3.6 Teknik Analisis Data	57
3.7 Teknik Keabsahan Data	58
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Rave Habbit	60
4.1.2 Profil Rave Habbit	61
4.1.3 Visi dan Misi Rave Habbit	63
4.1.4 Struktur Organisasi Rave Habbit	63
4.2 Hasil Penelitian	64
4.2.1 Bauran Pemasaran	65
4.2.2 <i>Segmentation, Targeting, Positioning (STP)</i>	67
4.3.3 Deskripsi SWOT	69
4.3.4 Bauran Promosi	71
4.3 Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis	88

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Rave Habbit dengan Kompetitor	6
Tabel 2.1 Peninjauan Terhadap Penelitian Terdahulu	13

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo <i>Brand</i> Rave Habbit	62
Gambar 4.2 Contoh Produk Rave Habbit	62
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Brand Rave Habbit	64
Gambar 4.4 Katalog Rave Habbit	73
Gambar 4.5 Account Instagram Rave Habbit	74
Gambar 4.6 Account Facebook Rave Habbit	74
Gambar 4.7 <i>Sales Promotion</i> Rave Habbit	76
Gambar 4.8 <i>Sales Promotion</i> Rave Habbit Free Tumbler	77
Gambar 4.9 <i>Pesonal Selling</i> Rave Habbit	78
Gambar 4.9.1 kegiatan Public Relation	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Pedoman Wawancara
Lampiran Surat Keterangan Penelitian

RESUME / CURICULLUM VITAE