



**ANALISA STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK
MEMPERTAHANKAN MINAT BELANJA DI PUSAT PERBELANJAAN CIPULIR
PADA TOKO MAJU JAYA SPORT PASCA - PANDEMI**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Syakira Septiana

44320010037

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI PERIKLANAN DAN KOMUNIKASI PEMASARAN

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA BARAT

2024



**ANALISA STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK
MEMPERTAHANKAN MINAT BELANJA DI PUSAT PERBELANJAAN CIPULIR
PADA TOKO MAJU JAYA SPORT PASCA – PANDEMI**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Syakira Septiana

44320010037

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI PEMASARAN KOMUNIKASI DAN PERIKLANAN
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA BARAT
2024**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syakira Septiana

NIM : 44320010037

Program Studi : Advertising and Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Mempertahankan Minat Belanja di Pusat Perbelanjaan Cipulir pada Toko Maju Jaya Sport Pasca - pandemic

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat. Serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan didalam laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 5 September 2024

UNIVERSIT
MERCU BUANA



Syakira Septiana

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi diajukan oleh:

Nama : Syakira Septiana

NIM : 44320010037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Mempertahankan Minat Belanja di Pusat Perbelanjaan Cipulir pada Toko Maju Jaya Sport Pasca - pandemic

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh :

Pembimbing 1 : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si


NIDN : 0312046707

Ketua Penguji : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S. H. M.Si

NIDN : 0330077301

Penguji Ahli : Christina Arsi Lestari M. Ikom

NIDN : 0324028801

()

()

()

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

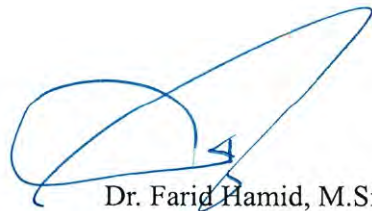
Jakarta, 5 September 2024

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



Dr. Farid Hamid, M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmad dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Mempertahankan Minat Belanja di Pusat Perbelanjaan Cipulir Pada Toko Maju Jaya Sport Pasca-Pandemi”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana,

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada dosen Pembimbing Ibu Yoyoh Hereyah, Dr, S.Pd, M.Si. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari banyak mengalami kekurangan, kekhilafan, dan belum sempurna karena keterbatasan ilmu pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis meminta masukan berupa kritik dan saran yang sifatnya membangun demi lebih baik lagi untuk penulis.

Penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran, serta bagi pihak – pihak yang berkepentingan dalam industry retail.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih terhadap pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku dosen pembimbing dari penulis, yang telah memberikan dukungan, dan bimbingan untuk menyelesaikan penulisan skripsi.
2. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si selaku Ketua sidang, yang telah memberikan saran dan kritik pada penulisan penelitian ini.
3. Ibu Christina Arsi Lestari, M.Ikom selaku penguji ahli yang telah memberikan kritik dan saran pada penelitian ini.

4. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Ayahanda Tercinta Alm. H suprihatin, beliau yang menyemangati dan meyakinkan saya untuk melanjutkan Pendidikan di tingkat perkuliahan, dan berhasil mendidik penulis menjadi sarjana sesuai yang diinginkan beliau.
6. Ibunda Tercinta Nurdiana, beliau berhati malaikat yang selalu mendukung setiap jalan yang saya pilih, serta meyakinkan penulis untuk tetap maju dan beliau selalu memanjatkan doa yang selalu diberikan tiada henti meminta kepada Allah SWT, hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
7. Kedua adik saya tercinta yaitu Ahmad dan Anisya yang selalu memberikan hiburan, kasih sayang serta dukungan penuh bagi penulis.
8. Ibu Khojindah selaku Owner Toko Maju Jaya Sport, yang telah memberikan informasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Rifky Arthanto S.Ds selaku pasangan saya Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan penelitian ini, baik tenaga maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
10. kepada sahabat-sahabat terdekat yang selalu mendukung saya yaitu Julia, Talita, Vellina, Putri yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penulisan ini sampai akhir .
11. Kepada Teman Teman Pusat S.Ikom yaitu Adel, Faira, Amal, Nesya, Ratu, Uwi. Yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih terdapat berbagai kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan bagi penulis untuk perbaikan penulisan pada masa mendatang.

Tangerang. 3 September 2024

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syakira Septiana

NIM : 44320010037

Program Studi : Advertising and Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Mempertahankan Minat Belanja di Pusat Perbelanjaan Cipulir Pada Toko Maju Jaya Sport Pasca-Pandemi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 5 September 2024



Syakira Septiana

ABSTRAK

NAMA : Syakira Septiana

NIM : 44320010037

Program Studi : Advertising and Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Mempertahankan Minat Belanja di Pusat Perbelanjaan Cipulir Pada Toko Maju Jaya Sport Pasca-Pandemi

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran dapat mempertahankan minat belanja konsumen pada Toko Maju Jaya Sport yang mengalami penurunan penjualan akibat dampak dari pasca pandemic. Penurunan ini terjadi karena adanya perubahan pola konsumen yang sudah terbiasa dengan pembelian secara online sehingga penjualan konvensional menurun. Strategi Komunikasi Pemasaran dapat menjadi peran penting bagi para pengusaha dalam meningkatkan penjualan kembali. Penelitian ini menggunakan kualitatif konstruktivisme dengan pendekatan Deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan karakteristik dari suatu fenomena atau situasi. Fokus utama dari penelitian Deskriptif ini adalah untuk memberikan gambaran terperinci mengenai objek penelitian tanpa mengubah atau memanipulasi variabel yang ada. Penelitian menggunakan pendekatan Deskriptif ini melibatkan teknik seperti Observasi, Wawancara, Survei atau studi kasus untuk mengumpulkan informasi yang relevan. Hasil dari penelitian ini bahwa Strategi Komunikasi Pemasaran memiliki peran penting dalam hal meningkatkan penjualan kembali dengan menggunakan beberapa bauran komunikasi pemasaran, seperti yang diimplementasikan oleh Toko Maju Jaya Sport, sehingga Toko Maju Jaya Sport dapat mempertahankan minat belanja konsumen. Strategi Komunikasi Pemasaran ini sangat penting karena pendirian suatu perusahaan dilakukan melalui komunikasi yang baik dan interaktif untuk mencapai tujuan perusahaan. Praktik komunikasi yang dilakukan Toko Maju Jaya Sport sangat berperan besar dalam cara konsumen atau pelanggan menerima informasi mengenai produk.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Minat Belanja, Pasca – Pandemic, Bauran Komunikasi Pemasaran

ABSTRACT

Name : Syakira Septiana

NIM : 44320010037

Study Program : *Communication Science*

Thesis Report Title : *Analysis of Marketing Communication Strategy to Maintain Shopping Interest at Cipulir Shopping Center at Maju Jaya Sport Store Post-Pandemic*

Consellor : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

This study examines how Marketing Communication Strategy can maintain consumer shopping interest at Maju Jaya Sport Store which experienced a decline in sales due to the impact of the post-pandemic. This decline occurred due to changes in consumer patterns that were accustomed to online purchases so that conventional sales decreased. Marketing Communication Strategy can be an important role for entrepreneurs in increasing resale. This study uses qualitative constructivism with a Descriptive approach which is used to describe or explain the characteristics of a phenomenon or situation. The main focus of this Descriptive research is to provide a detailed description of the research object without changing or manipulating the existing variables. Research using this Descriptive approach involves techniques such as Observation, Interviews, Surveys or case studies to collect relevant information. The results of this study are that Marketing Communication Strategy has an important role in increasing resale by using several marketing communication mixes, as implemented by the Maju Jaya Sport Store, so that the Maju Jaya Sport Store can maintain consumer shopping interest. This communication strategy is indeed very important because the beginning of a business is carried out with good and interactive communication so that the company's goals are achieved. The implementation of a communication applied by the Maju Jaya Sport store is that the role of this communication is very large for consumers or customers in receiving information about a product

Keywords: Marketing Communication Strategy, Shopping Interest, Post-Pandemic, Marketing Communication Mix.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis.....	13
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	13
2.2.2 Konsep Komunikasi Pemasaran	15
2.2.3 Elemen Komunikasi Pemasaran	18
2.2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	20
2.2.5 Tujuan Komunikasi Pemasaran	26
Komunikasi digunakan untuk:	26
2.2.6 Promosi Penjualan	28
2.2.7 Penjualan Langsung dan Marketing Online.....	30
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN.....	33

3.1	Metode Penelitian.....	33
3.2	Persiapan Penelitian	35
3.3	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.4	Subjek Penelitian.....	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1	Data Primer	37
3.5.2	Data Sekunder.....	38
3.6	Teknik Analisa Data.....	38
3.7	Teknik Pemeriksaan.....	39
3.7.1	Triangulasi	40
BAB IV		41
PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....		41
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1	Sejarah Toko Maju Jaya Sport.....	41
4.1.2	Visi dan Misi Toko Maju Jaya Sport.....	42
4.1.3	Struktur Toko Maju Jaya Sport.....	43
4.1.4	Aktivitas Perusahaan.....	44
4.2	Penyajian Penelitian	44
4.2.1	Mempertahankan Minat Belanja Menggunakan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	44
4.3	Pembahasan Penelitian.....	56
BAB V		63
KESIMPULAN DAN SARAN.....		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN.....		69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Dokumentasi Lingkungan Toko Maju Jaya Sport.....	1
Gambar 1. 2 Dokumentasi Toko Majur Jaya Sport.....	6
Gambar 2. 1 Model Komunikasi Permasaran Sumber: Komunikasi Permasaran Modern, Mahmud Mahfoerdz	19
Gambar 4. 1 Struktur Toko Majur Jaya Sport	43



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Data Key Informan Penelitian	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat perizinan wawancara Toko Maju Jaya Sport	69
Lampiran 2. Trascript Wawancara Owner Toko Maju Jaya Sport Ibu Khojindah pemilik Toko Maju Jaya Sport selaku Narasumber	69
Lampiran 3. Transcript Wawancara bersama karyawan Toko Maju Jaya Sport	72
Lampiran 4. Transcript wawancara Bersama pelanggan Toko Maju Jaya Sport Ibu HJ. Fatma	77
Lampiran 5. Transcript wawancara bersama konsumen sekaligus masyarakat lingkungan Toko Maju Jaya Sport Bapak Yuli St	79
Lampiran 6. Dokumentasi.....	80
Lampiran 7. Curriculum Vitae	84

