



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. KHATULISTIWA PROMO
ADVERTISING UNTUK MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA PERUMAHAN IMPERIAL PARK SEPATAN
TAHUN 2013**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :
**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Beny Ibrahim

44310010006

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT.
Khatulistiwa Promo Advertising
untuk mempertahankan loyalitas
pelanggan pada perumahan Imperial
Park Sepatan Tahun 2013

Nama : Beny Ibrahim

Nim : 44310010006

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication And Advertising

Jakarta, 11 Agustus 2015

Mengetahui,
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Berliani Ardha, S.E., M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT.
KHAULISTIWA PROMO ADVERTISING
UNTUK MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA PERUMAHAN IMPERIAL
PARK SEPATAN TAHUN 2013

Nama : Beny Ibrahim

Nim : 44310010006

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication And Advertising

Jakarta, 11 agustus 2015

Ketua Sidang,
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

(.....)

Penguji Ahli,
Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

(.....)

Pembimbing I
Berliani Ardha, S.E., M.Si

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. KHATULISTIWA PROMO ADVERTISING UNTUK MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PERUMAHAN IMPERIAL PARK SEPATAN TAHUN 2013

Nama : Beny Ibrahim

Nim : 44310010006

Fakultas : IlmuKomunikasi

BidangStudi : Marketing Communication And Advertising

Jakarta, 11 agustus 2015

Disetujui dan diterima oleh,
Pembimbing

MERCU BUANA

(Berliani Ardha, S.E., M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Marcomm & Adv

(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

(Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Panyayang, kami panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Khatulistiwa Promo Advertising Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Perumahan Imperial Park Sepatan Tahun 2013” hingga akhir.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini kepada :

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si , selaku Kepala Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan
2. Ibu Ira Purwitasari, S.Sos, M.Si, selaku Wakil Kepala Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan
3. Bapak Farid Hamid Umarela, Dr.M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik
4. Ibu Berliani Ardha, S.E, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak ilmu dan dengan sabar membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini, *‘terimakasih banyak ibu’*
5. Narasumber Bapak H. Ahmad Suheli selaku ketua perusahaan PT. Khatulistiwa Promo Advertising, Bapak Cecep Otang selaku Manager Produksi PT. Khatulistiwa Promo Advertising, dan Ibu Novitasari selaku Consultan perumahan Imperial Park Sepatan yang telah rela meluangkan waktunya sejenak untuk memberikan informasi mengenai PT. Khatulistiwa promo Advertising mengenai pemasaran perumahan imperial park sepatan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Untuk orang tua penulis, Ibu HJ Yanti yang memberikan kekuatan, kesabaran, dan keikhlasan serta cinta dan kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dan untuk Ayah penulis H. Ahmad suhaili memberikan dukungannya dan kasih sayangnya . Untuk adik-adik penulis Azi, Ari, Tata yang juga banyak memberikan support dan keceriaan.

7. Buat teman-teman seperjuangan penulis selama kuliah Irma, Obi, Fahri, Desi, Gandy, Helja dan Rena yang memberikan banyak masukan, dukungan, pendapat, keceriaan, *surprise*, dan tambahan ilmu untuk penulis. XOXO !!!
8. Buat seluruh keluarga besar penulis, dan semua teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas semua dukungan, semangat, cinta dan kasih sayang yang telah diberikan kepada penulis.

Dalam skripsi ini penulis akui masih banyak kekurangan namun penulis berharap skripsi ini dapat memberikan pengetahuan dan manfaat lainnya bagi universitas, mahasiswa Marketing Komunikasi dan Periklanan Universitas Mercu Buana, dan penulis sendiri. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas segala perhatian dan kerjasamanya.



Jakarta, 11 agustus 2015

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Beny Ibrahim

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
ABSTRAK.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULAUN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktisi	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Periklanan Sebagai Salah Satu Kegiatan Pemasaran	13
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.1 Bauran Pemasaran	18
2.2.2 Analisis SWOT	19
2.2.3 Segmentasi, Targeting, dan Positioning	20
2.3 Elemen Bauran Promosi.....	22

2.4 Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	28
2.5 Media Luar Ruang (Outdoor).....	34
2.6 <i>Personal Selling</i>	36
BAB III.....	38
METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Sifat Penelitian.....	38
3.3 Metode Penelitian	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5 Subjek Penelitian	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Sejarah PT. Khatulistiwa Promo Advertising.....	48
4.1.2 Bidang Produk Property Perusahaan PT.Khatulistiwa Promo Advertising	51
4.1.3 Visi dan Misi PT. Khatulistiwa Promo Advertising.....	53
4.1.4 Struktur Organisasi.....	54
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Bauran Pemasaran.....	55

4.2.2 Analisis SWOT	58
4.3.3 Segmentasi, Targeting, Positioning (STP).....	61
4.3.4 Elemen bauran promosi	63
4.3 Pembahasan	65
BAB V.....	70
KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
5.2.1 Saran Akademis.....	71
5.2.2 Saran Praktis	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74