



UNIVERSITAS NASIONAL

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO SANDWICH BOOGIE

WOOGIE BAR KEMANG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi (S.I.Kom)

MUHAMMAD RAFLI ZEIN

193516516207

FALKUTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS NASIONAL

2022



UNIVERSITAS NASIONAL

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF SANDWICH BOOGIE
WOOGIE BAR SHOP KEMANG**

THESIS

**Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of Communication
Science (S.I.Kom)**

MUHAMMAD RAFLI ZEIN

193516516207

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE COMMUNICATION
SCIENCE STUDY PROGRAM**

February, 2022






**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Muhammad Rafli Zein
NPM : 193516516207
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Sandwich Boogie Woogie Bar Kemang

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Robi Nurhadi, S.I.P., M.Si ()
Pembimbing I/Penguji I : Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si ()
Pembimbing II/Penguji II : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 6/03/2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK JAKARTA

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

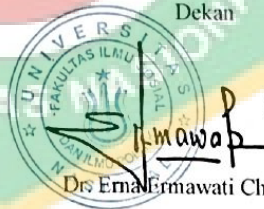
Nama : Muhammad Rafli Zein
NPM : 193516516207
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Sandwich Boogie Woogie Bar
Kemang
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui

Dosen Pembimbing

Dr. Nurhasanah Haspiaini, M. Si

Dekan



Dr. Ermawati Chotim, M.Si



**UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rafli Zein
NPM : 193516516207
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI
PEMASARAN TOKO SANDWICH
BOOGIE WOOGIE BAR KEMANG

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 28 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Rafli Zein

ABSTRAK

Nama : Muhammad Rafli Zein

Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516207

Program Studi : Ilmu Komunikasi

<p>Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Toko Sandwich Boogie Woogie</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran yang Boogie Woogie Bar Kemang. Teori yang digunakan yaitu Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>). Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dilihat dari Bauran Pemasaran Produk (<i>product</i>) yang dilakukan toko sandwich boogie woogie bar yaitu dengan cara menjual variasi isian sandwichnya yaitu topping, chicken, dan beef. Bauran Pemasaran <i>Price</i> (harga) Toko Sandwich Boogie Woogie Bar Kemang yaitu dengan memberikan harga yang lebih terjangkau untuk pelanggan dengan kualitas yang baik. Bauran Pemasaran <i>Place</i> (tempat) Toko Sandwich Boogie Woogie Bar Kemang yaitu tempat yang diberikan sangat strategis sehingga mudah dijangkau dan didatangi pelanggan. Bauran Pemasaran Promotion (promosi) Toko Sandwich Boogie Woogie Bar yaitu Boogie woogie menggunakan cara collabs dengan influencer, mengadakan pop up event dan memberikan promo lunch yard setiap bulannya.. Bauran pemasaran <i>people</i>(orang) waiters untuk membantu owner untuk <i>handle customers</i>, Bauran Pemasaran process(proses) membahas tentang aktivitas yang dilakukan di instagram untuk menarik minat beli konsumen hingga alur penjualan produk kepada konsumen. Bauran Pemasaran <i>Physical Evidence</i> yaitu instagram boogie woogie serta whatsapp sebagai media penghubung untuk berinteraksi dengan konsumen dalam menentukan keputusan. Bauran Pemasaran <i>Packaging</i> Packaging yang menarik dapat membantu menarik perhatian pelanggan dan membuat produk terlihat lebih menarik. Bauran Pemasaran Payment yaitu dengan menggunakan tunai, non tunai, dan qris. Kesimpulan Strategi Komunikasi Pemasaran Boogie Woogie telah memenuhi apa yang disarankan oleh Kotler yaitu menggunakan 9P <i>Marketing Mix</i> (<i>Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Packaging, dan Payment</i>) sebagai Komunikasi Pemasaran.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Dr. Nurhasanah Haspiani, M.Si</p>

ABSTRACT

Name : Muhammad Rafli Zein

ID : 193516516207

Study Program: Communication Science

Title : Marketing Communication Strategy Of Sandwich Boogie Woogie Bar Shop Kemang

<p>Keywords: Marketing Communication Strategy, Boogie Woogie Sandwich Shop</p>	<p>This study aims to find out how the Boogie Woogie Bar Kemang Marketing Communication Strategy. The theory used is the Marketing Mix (<i>Marketing Mix</i>). This research method uses a type of qualitative research. Collection techniques By collecting data through observation, interviews, and documentation. The research results show that seen from the Product Marketing Mix (<i>product</i>) what a boogie woogie bar sandwich shop does viz by selling variations of the sandwich filling, namely toppings, chicken, and beef. Marketing Mix <i>Price</i> (price) Sandwich Shop Boogie Woogie Bar Kemang, namely by providing more affordable prices for customers with good quality. Marketing Mix <i>Place</i> (location) Boogie Woogie Bar Kemang Sandwich Shop, which is a very strategic place so that customers can easily reach and visit it. Marketing Mix Promotion (promotion) Boogie Woogie Bar Sandwich Shop, namely Boogie Woogie, uses collabs with influencers, holds pop up events and provides lunch yard promos every month. Marketing mix <i>people</i> (people) waiters to help the owner to handle customers, Marketing Mix process (process) discusses the activities carried out on Instagram to attract consumer buying interest to the flow of product sales to consumers. Marketing Mix <i>Physical Evidence</i> namely Instagram Boogie Woogie and WhatsApp as media liaisons to interact with consumers in making decisions. Marketing Circle <i>Packaging</i> Attractive packaging can help attract customer attention and make the product look more attractive. Payment Marketing Mix, namely by using cash, non-cash, and qris. Conclusion The Boogie Woogie Marketing Communication Strategy has fulfilled what Kotler suggested, namely using the 9Ps <i>Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical avendence, Packaging, dan Payment)</i> as Marketing Communications.</p>
Adviser	Dr. Nurhasanah Haspiani, M.Si

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb, Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya yang begitu besar kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul” Komunikasi Pemasaran Toko Sandwich Boogie Woogie Bar Kemang Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk” sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Komunikasi Universitas Nasional.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis sepenuhnya menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materi. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan rasaterimakasih yang sebesar-besarnya untuk seluruh pihak yang telah membantu penulis hingga sampai penyusunan skripsi ini selesai, terutama kepada yang penulis hormati:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Drs. Adi Prakosa, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Dr. Nurhasanah Haspiani, M.Si., selaku Dosen Pembimbing saya yang telah membimbing saya dengan sabar sehingga saya dapat

menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

5. Ucapan terimakasih untuk pihak perusahaan dari Toko Sandwich Boogie Woogie Bar Kemang yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan
6. Ucapan terima kasih kepada kedua orang tua atas dukungannya baik dalam material dan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar.



Jakarta, Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ...	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	9
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABLE	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kegunaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.

1.5.2 Kegunaan Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.6 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kajian Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Strategi.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Teori Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) .	Error! Bookmark not defined.
defined.	
2.3 Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Penentuan Informan.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Uji Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6 Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Jadwal dan Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not

defined.

4.1	Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Struktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.
4.2	Profile Informan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Penyajian Data Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Sandwich Boogie Woogie Bar Kemang.....	Error! Bookmark not defined.
4.4	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.