



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA HAPPY GO LUCKY HOUSE CABANG KEMANG**

**SKRIPSI**

**KHANSA AFIFAH RISDIANI**

**183112351650261**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**JAKARTA**

**JANUARI 2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PROMOTION MIX APPLICATION IN INCREASING SALES AT HAPPY  
GO LUCKY HOUSE KEMANG BRANCH**

**THESIS**

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor's Degree  
(S.Ikom)**

**KHANSA AFIFAH RISDIANI**

**183112351650261**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES**

**COMMUNICATION SCIENCE**

**JAKARTA**

**JANUARY 2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA HAPPY GO LUCKY HOUSE CABANG KEMANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.Ikom)**

**KHANSA AFIFAH RISDIANI**

**183112351650261**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**JAKARTA**

**JANUARI 2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



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

**FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Khansa Alifah Risdiani  
NPM : 183112351650261  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI BAURAN PROMOSI DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HAPPY  
GO LUCKY HOUSE CABANG KEMANG  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk  
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Nasional

Disetujui untuk diujikan  
Jakarta, 12 Februari 2024

Dosen Pembimbing :   
**Nursatyo, S.sos., M.si**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi :   
**Djujur Luciana R., S.Sos., M.Si**

**UNIVERSITAS NASIONAL**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Khansa Afifah Risdiani  
NPM : 183112351650261  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Periklanan  
Judul Skripsi : Penerapan Bauran Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada  
Happy Go Lucky House Cabang Kemang  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 2 Maret 2024

Dosen Pembimbing,

Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Dekan

Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Khansa Afifah Risdiani

NPM : 183112351650261

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penerapan Bauran Promosi Dalam  
Meningkatkan Penjualan Pada Happy Go  
Lucky House Cabang Kemang

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

#### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Bhakti Nur Avianto, S.IP.,  
M.Si.

Pembimbing : Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Penguji I : Azizah Des Derivanti, M.I.Kom.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 2 Maret 2024

UNIVERSITAS NASIONAL

## LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**FORMULIR 4**  
**PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : KHANSA AFIFAH RISDIANI  
Nomor Induk Mahasiswa : 183112351650261  
Jurusan : PERIKLANAN  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Judul Skripsi : PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HAPPY GO LUCKY  
HOUSE CABANG KEMANG

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Februari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 2 Maret 2024

Ketua Sidang : Dr. Bhakti Nur Avlanto, S.IP., M.Si. \_\_\_\_\_  
Penguji I : Azlah Des Derivanti, M.I.Kom. \_\_\_\_\_  
Penguji II : Nursatyo, S.Sos., M.Si. \_\_\_\_\_

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**Keterangan :**  
\*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

## LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

### LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : KHANSA AFIFAH RISDIANI

NPM : 183112351650261

Fakultas/Akademik : FISIP

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Tanggal Sidang : 28 FEBRUARI 2024

#### JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN  
PADA HAPPY GO LUCKY HOUSE CABANG KEMANG

#### JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

PROMOTION MIX APPLICATION IN INCREASING SALES AT HAPPY GO LUCKY  
HOUSE KEMANG BRANCH

#### TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 2 Maret 2024	TGL : 2 Maret 2024	TGL : 2 Maret 2024
 Nursatyo, S.Sos., M.Si.	 Djujur Lufiana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.	 Khansa Afifah Risdiani



## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khansa Afifah Risdiani  
NPM : 183112351650261  
Skripsi : Penerapan Bauran Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada  
Happy Go Lucky House Cabang Kemang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penerapan 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 di kemudian 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, 2 Maret 2024

Yang membuat pernyataan

  
METERKI  
TEMPEL  
7AAKX83939349  
Khansa Afifah Risdiani

# BIODATA ALUMNI MAHASISWA



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**BIODATA ALUMNI MAHASISWA**  
**SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024**

Nama Mahasiswa : KHANSA AFIFAH RISDIANI  
No. Pokok : 183112351650261  
Program Studi/Jurusan : ILMU KOMUNIKASI / PERIKLAMAN  
Tempat Tgl. Lahir : JAKARTA, 12 NOVEMBER 1999  
Alamat Rumah : JL. YADO 3 GG. H. NAIMUN RT 09/02  
NO. 72, RADIO DALAM, KEBAYORAN  
BARU JAKARTA SELATAN 12140  
Telepon Rumah : .....  
Telepon Kantor : .....  
HP : 082114798959  
Alamat Kantor : .....  
E-mail : khansaafifah97@gmail.com

Jakarta, 2 Maret 2024  
Alumni,

Khansa Afifah Risdiani

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai waktu yang sudah ditentukan. Skripsi dengan judul “Implementasi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada Happy Go Lucky House Cabang Kemang” ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan wajib untuk mencapai gelar Sarjana Starata (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

Dengan selesainya penelitian ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak terlepas dari dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. Angga Sulaiman, S.IP., M.Ap., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Nasional
5. Ibu Djujur Luciana Radjaguguk, S.sos., M.si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
6. Bapak Nursatyo, S.sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dan juga selaku Dosen Pembimbing peneliti yang telah memberikan motivasi dan juga membantu mengarahkan dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak Drs. Ambia B. Boestam, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik, terima kasih telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam akademik selama perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu Dosen pada Program Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah mencurahkan segenap perhatian dan ilmunya kepada penulis.

9. Oki Herdiana dan Ristiawati sebagai Orangtua, Akmal Rizki dan Keysheva Shaza sebagai Saudara yang sudah memberikan dukungan, semangat dan bantuan dukungan material dan moral dalam penelitian.
10. Happy Go Lucky House yang memberikan izin penulis melakukan penelitian. Fitriany Refany sebagai Kepala bagian Marketing, Zefanya Alifa sebagai Supervisor Toko, dan Nabila Allodia sebagai konsumen yang telah memberikan izin dan meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara bersama penulis.
11. Rahmanda Nabila sebagai penyemangat dan membantu penulis dalam menyusun skripsi.
12. Rekan - rekan kerja Kak Zefa, Andrea, Adis, Jasmin, Shania, Tata dan Nabila yang senantiasa menghibur serta memberi dukungan penulis dalam menyusun skripsi.
13. Teman – teman Hanum, Sabil, Nabila, Alma, Rakha dan Aldo yang membimbing dan membantu penulis dalam menyusun skripsi.
14. Yusuf Pandu yang telah banyak membantu dan menyemangati saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Teman – teman Periklanan 2018 yang masih setia mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari penelitian ini, baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Jakarta, Januari 2023

Penulis  
Khansa Afifah Risdiani

## ABSTRAK

Nama : Khansa Afifah Risdiani  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Implementasi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Happy Go Lucky House Cabang Kemang  
Pembimbing : Nursatyo S.Sos., M.Si.

Di era globalisasi ini, internet dijadikan sebagai pelaku utama dalam kegiatan promosi serta publikasi usaha mereka. Internet dianggap sangat mempermudah setiap perusahaan dalam melakukan pendekatan terhadap calon konsumen. Hal ini dapat ditandai dengan kehadiran platform online yang memudahkan para calon konsumen berinteraksi dengan perusahaan secara tidak langsung sehingga komunikasi dapat dilakukan dimana dan kapan saja. Karena promosi merupakan bagian penting dari pemasaran, maka sebuah perusahaan harus mengembangkan rencana bauran promosinya. Promosi ini nantinya akan berkaitan langsung dengan konsumen karena memiliki tujuan utama dalam mempengaruhi benak konsumen untuk tergerak membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Objek Penelitian ini adalah Happy Go Lucky House yang merupakan perusahaan multibrand fashion lokal yang berbasis di Bandung dan bercabang di Makassar, Yogyakarta, Kemang dan Pantai Indah Kapuk dengan menampung sekitar 200 lebih merek fashion lokal. Perusahaan ini terbilang cukup sering dalam memberikan penawaran kepada para pelanggan setianya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena data yang diperoleh dan diolah dalam penelitian ini tidak didukung oleh data numerik, maka digunakan analisis isu kualitatif. Hasil penelitian ini adalah HGL House cabang Kemang sudah melakukan pengimplementasian kelima aspek bauran promosi yang dikemukakan oleh Bruce J. Walker., aspek *sales promotion* merupakan aspek yang paling meningkatkan penjualan di hgl house cabang kemang. Happy Go Lucky House Kemang harus lebih meningkatkan pengimplementasian bauran promosi *sales promotion* karena dapat meningkatkan penjualan. Hal yang dapat dilakukan oleh HGL House untuk meningkatkan efektivitas sales promotion adalah memberikan potongan harga atau diskon yang lebih besar, memperluas cakupan promo, serta melaksanakan promosi yang lebih gencar.

Kata Kunci: Implementasi, Bauran Promosi, Promosi Penjualan, Penjualan.

## ABSTRACT

Name : Khansa Afifah Risdiani  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Title : Implementasi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Happy Go Lucky House Cabang Kemang  
Counsellor : Nursatyo S.Sos., M.Si.

In this era of globalization, the internet is used as the main actor in promotional activities and publication of their business. The internet is considered to make it very easy for every company to approach potential consumers. This can be characterized by the presence of an online platform that makes it easier for potential consumers to interact with the company indirectly so that communication can be done anywhere and at any time. Because promotion is an important part of marketing, a company must develop a promotional mix plan. This promotion will be directly related to consumers because it has the main goal of influencing consumers' minds to be moved to buy the products or services offered. The object of this research is Happy Go Lucky House, which is a local multibrand fashion company based in Bandung and with branches in Makassar, Yogyakarta, Kemang and Pantai Indah Kapuk with around 200 local fashion brands. This company quite often offers offers to its loyal customers. This research uses qualitative methods because the data obtained and processed in this research is not supported by numerical data, so qualitative issue analysis is used. The results of this research are that the HGL House Kemang branch has implemented the five aspects of the promotional mix proposed by Bruce J. Walker. The sales promotion aspect is the aspect that increases sales the most at the HGL House Kemang branch. Happy Go Lucky House Kemang must further improve the implementation of the sales promotion mix because it can increase sales. Things that HGL House can do to increase the effectiveness of sales promotions are to provide bigger discounts or discounts, expand the scope of promotions, and carry out more intensive promotions.

Keywords: Implementation, Promotion Mix, Sales Promotion, Sales.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	vii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI</b> .....	viii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ix
<b>BIODATA ALUMNI MAHASISWA</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	14
2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Teori S-O-R .....	20
2.3 Kerangka Konsep.....	23
2.3.1 Implementasi .....	23
2.3.2 Komunikasi Pemasaran.....	24
2.3.3 Promosi .....	27
2.3.3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi .....	28
2.3.3.1 Tujuan Promosi.....	29
2.3.4 Bauran Promosi (Promotion Mix) .....	29
2.3.4 Penjualan.....	31
2.4 Kerangka Berpikir.....	33
<b>BAB III</b>	
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	35
3.1 Pendekatan Penelitian .....	35

3.2	Penentuan Informan .....	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4	Teknik Keabsahan Data .....	39
3.5	Teknik Analisis Data.....	40
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	41

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....43**

4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.1.1	Profil Happy Go Lucky House .....	43
4.1.2	Visi dan Misi.....	44
4.1.3	Struktur Organisasi Happy Go Lucky House .....	45
4.1.4	Sosial Media Happy Go Lucky House.....	46
4.2	Implementasi Bauran Promosi pada Happy Go Lucky House cabang Kemang .....	59
4.2.1	Penjualan Tatap Muka (Personal Selling).....	59
4.2.2	Periklanan (Advertising).....	61
4.2.3	Promosi Penjualan (Sales Promotion) .....	64
4.2.4	Publisitas (Publicity).....	65
4.2.5	Hubungan Masyarakat (Public Relation).....	67
4.3	Pembahasan.....	72

## **BAB V**

### **PENUTUP.....79**

5.1	Kesimpulan .....	79
5.2	Saran .....	80





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Profil Instagram Playdate.....	3
Gambar 1.2 Poster grand opening Playdate.....	4
Gambar 1.3 Grafik Target dan Jumlah Penjualan HGL House Kemang Tahun 2022.....	6
Gambar 1.4 5 Situs e-commerce di Indonesia yang paling banyak dikunjungi pada kuartal II-2022 .....	8
Gambar 2.1 Model Teori S-O-R.....	21
Gambar 4.1 Logo Happy Go Lucky House .....	43
Gambar 4.2 Struktur Organisasi HGL House .....	45
Gambar 4.3 Website HGL House .....	46
Gambar 4.4 Informasi Produk HGL House .....	47
Gambar 4.5 Promo pada Website HGL House .....	47
Gambar 4.6 Lokasi Toko pada Website HGL House .....	48
Gambar 4.7 Instagram HGL House .....	48
Gambar 4.8 Feeds pada Instagram HGL House .....	49
Gambar 4.9 Reels pada Instagram HGL .....	50
Gambar 4.10 Instagram Story pada Instagram HGL House .....	51
Gambar 4.11 Live Streaming pada Instagram HGL House .....	52
Gambar 4.12 Instagram Ads HGL House .....	53
Gambar 4.13 Instagram Shop HGL House .....	53
Gambar 4.14 Tiktok HGL House.....	54
Gambar 4.15 Mix and Match pada Tiktok HGL House .....	55
Gambar 4.16 Promo pada Tiktok HGL House .....	56
Gambar 4.17 Lokasi Cabang pada Tiktok HGL House.....	57
Gambar 4.18 Shopee HGL House Kemang .....	57
Gambar 4.18 Live Streaming Shopee HGL House Kemang .....	58
Gambar 4.19 Poster Promo HGL House Kemang .....	62
Gambar 4.20 Poster Cari-Cari Koleksi .....	63
Gambar 4.21 Poster Cari-Cari Koleksi .....	63
Gambar 4.22 Performa Live Shopee HGL House Kemang.....	66
Gambar 4.23 Broadcast Messages melalui Whatsapp HGL House Kemang .....	67

Gambar 4.24 Workshop bersama brand di HGL House Kemang .....	68
Gambar 4.25 Launching PickMe Photobooth.....	69
Gambar 4.26 Acara Cari-Cari Koleksi.....	70
Gambar 4.27 Jumlah Visitor dan Total penjualan saat event Cari-Cari Koleksi...	71
Gambar 4.28 Acara Cari-Cari Koleksi.....	72
Gambar 4.29 Grafik Penjualan HGL House Kemang Tahun 2023 .....	73



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Target dan Jumlah Penjualan HGL House Kemang Tahun 2022.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian .....	41



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ketersediaan Pembimbing Skripsi.....	85
Lampiran 2 Surat Tugas Pembimbing Skripsi.....	86
Lampiran 3 Hasil Turnitin.....	87
Lampiran 4 Lembar Persetujuan SKPI.....	88
Lampiran 5 Lembar Konsultasi Appsta.....	89
Lampiran 6 Draft Pertanyaan Wawancara.....	90
Lampiran 7 Transkrip Wawancara.....	93
Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara.....	101

