

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dan diajukan pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, ini sepenuhnya asli merupakan karya tulis ilmiah pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas sesuai etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 14 Mei 2023

Penulis,

**AIGIS CAHYA DEWINTA**  
**NIM: 181510054**

## ABSTRAK

Nama: **Aigis Cahya Dewinta**, NIM: **181510054**, Judul Skripsi: **Strategi Komunikasi Perusahaan Retail Dalam Meningkatkan Minat Beli Pelanggan** (Studi Kasus Indomaret Kota Serang). Program Studi: **Komunikasi dan Penyiaran Islam**. Fakultas: **Dakwah**. **Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten**. Tahun: **2023 M / 1444 H**.

Persaingan antar perusahaan menjadi perbincangan dan kajian karena berhubungan dengan banyak aspek. diperlukan komunikasi yang tepat agar mendapat keyakinan pelanggan terhadap suatu objek atau produk. Komunikasi yang baik tentang suatu produk atau jasa yang dimiliki perusahaan pada akhirnya akan mempengaruhi persepsi konsumen dan menyematkan citra positif di benak mereka. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah, bagaimana strategi komunikasi marketing yang dijalankan oleh Indomaret Kota Serang dalam meningkatkan minat beli pelanggan? tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi marketing komunikasi yang dijalankan oleh Indomaret Kota Serang dalam meningkatkan minat beli pelanggan. Pada penelitian ini digunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu, Arif Budi Wibowo sebagai Manager Area Kota Serang, Yunita sebagai Kepala Toko Indomaret Cipocok, Axmal Insani sebagai Kepala Toko Indomaret Curug, Rahmat Kepala Toko Indomaret Kasemen, Zainal Abidin sebagai Kepala Toko Indomaret Sumurpecung, Ujang Soemantri Kepala Toko Indomaret Sepang, dan Novika H sebagai Kepala Toko Indomaret Pipitan. Adapun teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan Model Perencanaan Philip Lesly, Dalam model perencanaan Philip Lesly terdiri dari dua komponen utama yaitu organisasi sebagai penggerak atau yang menjalankan sebuah kegiatan, dan publik sebagai target sasaran kegiatan yang dilakukan, penulis juga menggunakan Analisis SWOT dan teori bauran pemasaran. strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Indomaret melibatkan semua pihak khususnya manajemen di semua tingkatan mulai dari kepala toko, area manager dan pimpinan perusahaan pusat. Strategi komunikasi pemasaran dilakukan secara bertahap mulai dari internal organisasi yaitu analisis dan riset yang merupakan hasil evaluasi kegiatan sebelumnya, yang terus dikembangkan dan dibenahi, kemudian pusat melakukan perencanaan menggunakan teori bauran pemasaran, yang didalamnya terdapat rumusan produk, harga, tempat pemasaran dan cara promosi, yang kemudian di analisis menggunakan analisis SWOT. Setelah perencanaan kegiatan dibuat, barulah perusahaan menjalankan kegiatan strategi, yang tentu saja detail strategi perencanaan di rahasiakan perusahaan. Sampai akhirnya pada evaluasi yang nantinya akan kembali berputar menjadi analisis dan riset dapat perencanaan strategi selanjutnya.

Kata Kunci: **indomaret, manajemen strategi, model perencanaan, perusahaan retail, serang, strategi komunikasi.**

## ABSTRACT

Name : **Aigis Cahya Dewinta** , NIM: **181510054** , Thesis Title: **Strategy Communication Retail Company In Increase Interest Buy Customer ( Study Case Indomaret Kota Serang )** . Study Program : **Communication And Islamic Broadcasting** . Faculty : **Da'wah** . **Sultan Maulana State Islamic University Hasanuddin Banten** . Year : **2023 M / 1444 H** .

Competition between companies is the subject of discussion and study because it relates to many aspects. appropriate communication is needed in order to gain customer confidence in an object or product. Good communication about a product or service owned by a company will ultimately influence consumer perceptions and embed a positive image in their minds. The formulation of the problem in this research is, how is the marketing communication strategy implemented by Indomaret Kota Serang in increasing customer buying interest? The purpose of this research is to find out the marketing communication strategy implemented by Indomaret Kota Serang in increasing customer buying interest. In this study used a descriptive research type with a qualitative approach. The data sources in this study are Arif Budi Wibowo as Serang City Area Manager, Yunita as Head of Indomaret Cipocok Store, Axmal Insani as Head of Indomaret Curug Store, Rahmat Head of Indomaret Kasemen Store, Zainal Abidin as Head of Sumurpecung Indomaret Store, Ujang Soemantri Head of Indomaret Store Sepang, and Novika H as Head of Indomaret Pipitan Shop. As for data collection techniques , research This use technique interview And documentation . In this study the authors used Philip Lesly's Planning Model. In Philip Lesly's planning model, it consisted of two main components, namely the organization as the driving force or those carrying out an activity, and the public as the target for the activities carried out, the authors Also use SWOT analysis and theory mix marketing . Indomaret's marketing communication strategy involves all parties, especially management at all levels, starting from the head of the store, area manager and head of the central company. Marketing communication strategy carried out in a manner gradually start from within the organization that is analysis And research which is results evaluation activity before , which continues developed And fixed , then center do planning use theory mix marketing , in it there is formula product , price , place marketing And method promotion , which is then analyzed use SWOT analysis . After planning activity made , then company operate activity strategy , of course just the details of the strategy planning is kept secret company . Until Finally on later evaluation \_ will return turn become analysis And research can planning strategy next .

**Keywords: communication strategy, Indomaret, planning model, retail company, serang, strategic management.**



**FAKULTAS DAKWAH**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

---

Nomor	: Nota Dinas	Kepada Yth
Lamp	: -	<b>Dekan Fakultas</b>
Hal	: <b>Ujian Skripsi</b>	<b>Dakwah</b>
	<b>a.n Aigis Cahya Dewinta</b>	<b>UIN SMH Banten</b>
	<b>NIM 181510054</b>	Di-
		Serang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan, maka bahwa skripsi atas nama Aigis Cahya Dewinta, NIM: 181510054 dengan Judul “**Strategi Komunikasi Perusahaan Retail Dalam Meningkatkan Minat Beli Pelanggan**” (Studi Kasus Indomaret Kota Serang), telah diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqosah pada Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Demikian atas segala perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Serang, 16 Mei 2023

Pembimbing I

**TB. Nurwahyu, S.Ag., M.A.**  
NIP: 19711026 200003 1 002

Pembimbing II

**Desty Prawatiningsih, M.Si**  
NIP : 19851215 201903 2 009

# PERSETUJUAN

## STRATEGI KOMUNIKASI PERUSAHAAN RETAIL DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI PELANGGAN

(Studi Kasus Indomaret Kota Serang)

Oleh :

**Aigis Cahya Dewinta**

181510054

Menyetujui,

Pembimbing I



**TB. Nurwahyu, S.Ag., M.A.**

NIP: 19711026 200003 1 002

Pembimbing II



**Desty Prawatiningsih, M.Si**

NIP : 19851215 201903 2 009

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Dakwah



**Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag., M.A.**

NIP : 19720626 199803 1002

Ketua Program Studi  
Komunikasi dan Penyiaran Islam



**TB. Nurwahyu, S.Ag., M.A.**

NIP: 19711026 200003 1 002


## PENGESAHAN

Skripsi a.n **Aigis Cahya Dewinta**, NIM. **181510054**, Judul Skripsi **“Strategi Komunikasi Perusahaan Retail Dalam Meningkatkan Minat Beli Pelanggan ( Studi Kasus Indomaret Kota Serang )”** Telah diujikan dalam sidang munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten pada tanggal 15 Juni 2023. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos) pada Fakultas Dakwah Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten.

Serang, 15 Juni 2023

Sidang Munaqasyah,

Ketua Merangkap Anggota,



**Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag., M.A**

NIP : 19720626 199803 1 002

Sekretaris Merangkap Anggota,



**Nur Asia T, M.Si**

NIP: 19920316 201903 2 017

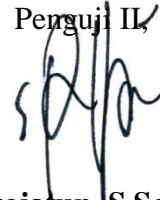
Penguji I,



**Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag., M.A**

NIP : 19720626 199803 1 002

Penguji II,



**Hj. Rina Darajatun, S.Sos., M.I.Kom.**

NIP: 19790601 200501 2 008

Pembimbing I,



**TB. Nurwahyu, S.Ag., M.A.**

NIP: 19711026 200003 1 002

Pembimbing II,



**Desty Prawatningsih, M.Si**

NIP : 19851215 201903 2 009

## **MOTTO**

**“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu bahagia” (Imam Syafi’i)**

## **PERSEMBAHAN**

Ku Panjatkan Rasa Syukur kepada-Mu, Allah SWT Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang.

Kupersembahkan skripsi ini kepada kedua permata hatiku yang sangat kucintai, Bapak Seven Edwin dan Ibu Neti Herawati yang selalu menjadi sumber kekuatan dan penyemangatku dalam segala hal. Yang telah merelakan ribuan keringat dan tak bosan membimbingku sedari kecil sampai saat ini.

Terimakasih untuk one of my support system Sahabat sekaligus Tete terbaikk Dian yang slalu siap siaga membantu dalam suka maupun duka di tanah rantau ini. I love u so much.

Dan teruntuk diri sendiri, AKU HEBAT, AKU KEREN, !



## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Aigis Cahya Dewinta, lahir di Lampung pada hari 29 Mei 1999, Saat ini Penulis Tinggal di Kp. Banjar Negeri Rt/Rw 01/03 Desa Banjar Negeri kec.Gunung Alif, Tangerang, Banten. Penulis merupakan anak ke-3 dari Bapak Seven Edwin dan Ibu Neti Hera wati yang memiliki dua kakak laki-laki dan satu adik bungsu laki-laki.

Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis adalah SDN 2 Banjar Negeri yang lulus pada tahun 2011, kemudian melanjutkan Sekolah MTs.Negeri Model Talang padang yang lulus pada tahun 2014, selanjutnya melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Al-Rahmah Lebakwangi Walantaka pada tahun 2018. Dan kemudian melanjutkan kuliah perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Pada jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah.

Selama menjadi Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Penulis pernah mengikuti salah satu anggota dari organisasi internal yang ada di kampus UIN, Kepramukaan, dan Kammi.

Demikian catatan singkat mengenai riwayat hidup penulis selama menempuh pendidikan di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

## KATA PENGANTAR

### *Bismilahirrohmanirrahim.*

Syukur Kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karuniaNya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan Judul **Strategi Komunikasi Perusahaan Retail Dalam Meningkatkan Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Indomaret Kota Serang)**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Sosial, kepada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, kelemahan, dan masih jauh dari kesempurnaan. Namun demikian peneliti, berharap semoga dengan adanya skripsi ini mudah-mudahan dapat membawa manfaat yang besar dan berguna khususnya bagi diri peneliti, pembaca dan masyarakat Islam pada umumnya sebagai bahan pertimbangan dan khasanah ilmu pengetahuan. Skripsi ini kemungkinan besar tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H.Wawan Wahyudin, M.Pd. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mengelola dan mengembangkan UIN “Sultan Maulana Hasanuddin” Banten lebih maju.
2. Bapak Dr. H. Endad Musaddad, M.A. Dekan Fakultas Dakwah yang telah memudahkan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Muhibuddin, M.Si. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah memberikan arahan, mendidik dan motivasi kepada penulis.
4. Bapak Tb. Nurwahyu, M.A. Pembimbing I yang telah memberikan nasehat, bimbingan dan saran-saran kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Desty Prawatiningsih, M.Si.. Pembimbing II yang telah memberikan nasehat, bimbingan dan saran-saran kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen UIN SMH BANTEN, terutama yang telah mengajar dan mendidik peneliti selama kuliah di UIN, serta staf akademik dan karyawan UIN, yang telah memberikan bekal pengetahuan yang begitu berharga selama kuliah di UIN “Sultan Maulana Hasanuddin” Banten.
7. Orang tua yang saya cintai dan keluarga yang selalu mendo'akan untuk menyelesaikan skripsi ini
8. Sahabat terbaikku, Teman-Teman Pondokku, KPI B dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam berbagai hal sehingga memudahkan menyelesaikan skripsi ini.
9. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis memohon agar seluruh kebaikan dan semua pihak yang membantu selesainya skripsi ini, semoga diberikan balasan yang berlipat ganda.

Semoga pihak-pihak yang telah membantu penulis selalu diberikan keberkahan oleh Allah SWT dan diberikan balasan yang berlipat-lipat, karena telah memudahkan urusan penulis dalam menyelesaikan skripsi. Penulis berharap skripsi ini berguna di kemudian hari bagi para pembaca khususnya bagi penulis secara pribadi.

Serang, 10 Mei 2023

Penulis

**AIGIS CAHYA DEWINTA**  
**NIM: 181510054**

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Penelitian Terdahulu.....	6
F. Sistematika Pembahasan.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Pustaka .....	10
1. Strategi Komunikasi.....	10

2. Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing Communication</i> ).....	15
3. Bisnis Retail .....	20
4. Tinjauan Konsep Pelanggan.....	21
5. Minat Beli .....	23
B. Landasan Teori .....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Metode Penelitian .....	30
B. Teknik Pengumpulan Data.....	33
C. Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Indomaret .....	43
B. Strategi Marketing <i>Communication</i> Indomaret Kota Serang .....	45
C. Pembahasan .....	65
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	