

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk 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 hasil karya tulis ilmiah pribadi.

Adapun sumber yang saya gunakan pada penulisan ini, telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil *Plagiarism* 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, 10 Juli 2024



**KHOIRUL INAYAH**

NIM : 201510134

## ABSTRAK

Nama **Khoirul Inayah**, NIM: **201510134**, Judul Skripsi: **“Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Deskriptif Pada Mutia Fashion Moslem Kota Serang)**, Prodi: Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2024 M / 1446 H.

Pada sebuah perusahaan besar maupun kecil, komunikasi merupakan hal yang sangat penting terutama dalam bisnis, dimana dalam berbisnis terdapat kegiatan memasarkan produk atau jasa yang akan dipasarkan ataupun dipromosikan sehingga terbentuklah suatu komunikasi pemasaran. Perkembangan industri moslem wear di Indonesia semakin pesat, dan negara Indonesia menjadi salah satu tiga terbesar dalam mengkonsumsinya. Karena perkembangan itu para usaha gencar melakukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat untuk mempromosikan produknya dan ini menjadi tantangan bagi sebuah perusahaan untuk bersaing di pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu mengenai strategi komunikasi pemasaran mutia fashion moslem kota serang dalam menarik minat beli konsumen dan juga untuk mengetahui faktor pendukung serta penghambat strategi komunikasi pemasaran mutia fashion moslem kota serang dalam menarik minat beli konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran mutia fashion moslem kota serang dalam menarik minat beli konsumen yaitu diawali dengan perencanaan 4P yakni produk, harga, tempat dan promosi. Memanfaatkan media sosial Instagram, Tiktok dan juga Whatsapp sebagai sarana komunikasi pemasaran serta menerapkan strategi komunikasi pemasaran terpadu seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, pemasaran langsung, dan event atau sponsorship menjadi strategi yang efektif dalam menarik minat beli konsumen.

**Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Menarik Minat Beli Konsumen, Mutia fashion moslem kota serang**

## **ABSTRACT**

Name: **Khoirul Inayah**, NIM: **201510134**, Thesis Title: "**Marketing Communication Strategy in Attracting Consumer Buying Interest (Descriptive Study at Mutia Fashion Moslem, Serang City)**," Program: *Islamic Communication and Broadcasting*, Faculty: *Da'wah*, *Sultan Maulana Hasanuddin State Islamic University Banten*, Year: *2024 AD / 1446 AH*.

*In both large and small companies, communication is very important, especially in business, where marketing activities for products or services to be marketed or promoted create marketing communication. The development of the moslem wear industry in Indonesia is rapidly increasing, and Indonesia is one of the top three largest consumers of such products. Due to this growth, businesses are vigorously implementing effective marketing communication strategies to promote their products, which presents a challenge for companies to compete in the market.*

*This research aims to explore the marketing communication strategies of Mutia Fashion Moslem in Serang City in attracting consumer buying interest and to identify the supporting and inhibiting factors of these strategies. The method used in this research is a descriptive method with a qualitative approach. The data collection techniques include observation, interviews, and documentation.*

*Based on the research conducted, it can be concluded that the marketing communication strategy of Mutia Fashion Moslem in Serang City in attracting consumer buying interest begins with the 4P planning, namely product, price, place, and promotion. Utilizing social media platforms such as Instagram, TikTok, and WhatsApp as marketing communication tools and implementing integrated marketing communication strategies such as advertising, sales promotion, public relations, personal selling, direct marketing, and events or sponsorships are effective strategies in attracting consumer buying interest.*

**Keywords:** **Marketing Communication Strategy, Attracting Consumer Buying Interest, Mutia Fashion moslem Serang City**



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

---

Nomor	: Nota Dinas	Kepada Yth
Lamp	: -	Dekan Fakultas Dakwah
Hal	: Ujian Skripsi a.n Khoirul Inayah NIM : 201510134	UIN SMH Banten Di- Serang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan, maka kami berpendapat bahwa skripsi atas nama **Khoirul Inayah NIM: 201510134** dengan judul "**Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Deskriptif Pada Mutia Fashion Moslem Kota Serang)**", telah diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqasyah pada Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Demikian atas segala perhatian Bapak dan Ibu kami ucapkan terimakasih

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Serang, 10 Juli 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

**Hj. Rina Darajatun, S.Sos, M.I.Kom**  
NIP. 197906012005012008

**Desty Prawatiningsih, M.Si**  
NIP. 198512152019032009

**PERSETUJUAN MUNAQASYAH**  
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN**  
**DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN**  
**(Studi Deskriptif Pada Mutia Fashion Moslem Kota Serang)**

Oleh :

**Khoirul Inayah**  
201510134

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



**Hj. Rina Darajatun, S.Sos, M.I.Kom**  
NIP. 197906012005012008




**Desty Prawatiningsih, M.Si**  
NIP. 198512152019032009

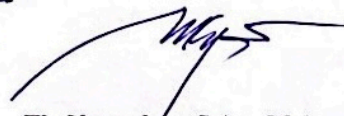
Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Dakwah

Ketua Program Studi  
Komunikasi dan Penyiaran Islam



**Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag., M.A.**  
NIP. 197206261998031002



**Tb. Nurwahyu, S.Ag., M.A.**  
NIP. 197110262000031002

## PENGESAHAN

Skripsi a.n. KHOIRUL INAYAH, NIM: 201510134, Judul Skripsi: **Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Deskriptif pada Mutia Fashion Moslem Kota Serang)** telah diujikan dalam sidang munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 15 Juli 2024. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 15 Juli 2024

Sidang Munaqasyah,

Ketua Merangkap Anggota



**Dr. Hj. Umdatul Hasanah, M. Ag**  
NIP. 197005291996032001

Sekretaris Merangkap Anggota



**Desty Prawatiningsih, M.Si**  
NIP. 198512152019032009


Anggota,

Penguji I



**Drs. Samian Hadisaputra, M.I.Kom**  
NIP. 196305071993031002

Penguji II



**Fahma Islami, M.Si**  
NIP. 199209082019032022

Pembimbing I



**Hj. Rina Darajatun, S.Sos., M.I.Kom**  
NIP. 197906012005012008

Pembimbing II



**Desty Prawatiningsih, M.Si**  
NIP. 198512152019032009

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. Yang telah memberi banyak kenikmatan, yakni berupa nikmat sehat, rezeki, kemudahan, dan segala karunia lainnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.

Dengan penuh rasa syukur, terharu, dan bangga penulis persembahkan skripsi ini untuk keluarga dan kedua orang tua tercinta, Yaitu alm. Bapak Endy Humaedi selama masa hidupnya selalu mendoakan dan mendorong anaknya agar bisa menempuh pendidikan yang lebih tinggi dan Ibu Yoyoh Akhlaiyah yang tidak pernah lelah untuk selalu mendoakan, berusaha, dan selalu memberi semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Tidak lupa juga saya sembahkan skripsi ini kepada Tete dan Aa yang telah membantu dan membiayai penulis selama menempuh perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Mudah-mudahan di setiap doa dan usaha yang keluarga dan orang tua berikan dapat menjadi amal kebaikan sehingga Allah beri kenikmatan dan juga kebahagiaan di dunia maupun di akhirat nanti.

Teruntuk sahabat dan teman-teman saya ucapkan terimakasih karena selalu ada dan memberikan motivasi untuk penulis semangat dalam mengerjakan skripsi. Tanpa dukungan, inspirasi, dan dorongan yang telah diberikan mungkin skripsi ini tidak akan selesai dengan baik.

## MOTTO

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulit nya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja Lelah-lelah itu.  
Lebarkan lagi rasa sabar  
itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa dengan  
yang kau impikan  
mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu  
yang nanti kau bisa ceritakan.”

(Boy Chandra)



## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Khoirul Inayah, lahir di Pandeglang pada tanggal 12 Oktober 2002, Merupakan anak keempat dari pasangan alm. Bapak Endy Humaedi dan Ibu Yoyoh Akhlaiyah. Saat ini penulis bertempat tinggal di Kp. Caringin Lor, RT/RW 013/004, Desa Caringin, Labuan, Pandeglang-Banten.

Adapun pendidikan formal yang telah ditempuh oleh penulis yaitu di SDN Caringin 01 lulus pada tahun 2014, dan penulis melanjutkan pendidikan ke MTS Masyariqul Anwar Caringin lulus pada tahun 2017, kemudian melanjutkan kembali pendidikan di MA Mathla'ul Anwar Pusat Menes lulus pada tahun 2020. Dan di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten dengan mengambil Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

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

Alhamdulillah puji dan syukur selalu terpanjatkan kehadirat Allah Swt yang senantiasa melimpahkan rahmat serta inayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang bertujuan: **“Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi deskriptif pada Mutia Fashion Moslem Kota Serang)”**, yang menjadi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar S.Sos.

Dalam penelitian, penyusunan, dan penulisan skripsi ini tidak luput dari orang-orang yang telah berbaik hati memotivasi dan membantu meluangkan waktu dan do'anya untuk kelancaran pembuatan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dalam penyusunannya, Namun demikian, penulis berharap semoga dengan adanya skripsi ini mudah-mudahan dapat membawa manfaat dalam kajian ilmu pengetahuan khususnya di bidang ilmu komunikasi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan Terima kasih Kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.Pd., selaku Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Bapak Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Bapak Tb. Nurwahyu, M.A. Selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
4. Ibu Fahma Islami, M.Si. Selaku Sekretaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
5. Ibu Hj. Rina Darojatun, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing I yang senantiasa memberikan ilmu, bimbingan, serta arahan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Desty Prawatiningsih, M.Si selaku dosen pembimbing II yang senantiasa memberikan ilmu, bimbingan, serta arahan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staff Fakultas Dakwah yang telah memberikan ilmu serta menjadi pendidik dan memberikan pelayanan akademik yang baik selama penulis menempuh pendidikan di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

8. Kedua orang tua tercinta, yaitu alm. Bapak Endy Humaedi dan Ibu Yoyoh Akhlayah yang tidak pernah berhenti mendoakan supaya penulis bisa mendapatkan gelar sarjana dan menjadi anak yang sukses, juga memberikan nasihat serta kasih sayang dan semangat kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan ini.
9. Tete dan Aa yang sudah membantu dan membiayai penulis selama menempuh perkuliahan di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
10. Ibu Wina Mutia Sari selaku *Owner* Mutia Fashion Moslem dan para tim yang telah membantu dalam penelitian ini dan menyempatkan waktunya untuk penulis melakukan penelitian.
11. Para teman dan sahabat tercinta yang sudah mensupport dan memberikan motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
12. Teman seperjuangan KPI angkatan 2020, khususnya KPI D yang sudah berjuang bersama-sama melewati proses perkuliahan hingga tahap akhir dalam penyusunan skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat. Penulis ucapkan terima kasih.

Serang, 10 Juli 2024

**KHOIRUL INAYAH**

NIM : 201510134

## 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>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	6
F. Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b>	
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Strategi.....	13
2. Komunikasi.....	14
3. Strategi Komunikasi.....	16
4. Komunikasi Pemasaran.....	21

5. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	25
6. Minat Beli Konsumen.....	27
B. Landasan Teori.....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Metode Penelitian.....	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
C. Teknik Pengumpulan Data.....	42
D. Analisis Data.....	44
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	46
1. Sejarah Singkat Mutia Fashion Moslem Kota Serang.....	46
2. Visi dan Misi Mutia Fashion Moslem Kota Serang.....	47
3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	48
B. Hasil Penelitian.....	50
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Mutia Fashion Moslem Dalam Menarik Minat Beli Konsumen.....	50
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Pemasaran Mutia Fashion Moslem Dalam Menarik Minat Beli Konsumen.....	83
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 4.3 Perencanaan 4P Mutia Fashion Moslem.....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Mutia Fashion Moslem.....	51
Gambar 4.2 Kemasan Produk.....	55
Gambar 4.3 Media Sosial Instagram Mutia Fashion Moslem.....	62
Gambar 4.3 Media Sosial Tiktok Mutia Fashion Moslem.....	62
Gambar 4.4 Kolaborasi Dengan Influencer Di Instagram.....	65
Gambar 4.5 Poster Promo Mutia Fashion Moslem.....	67
Gambar 4.6 Promo Ramadhan Mutia Fashion Moslem.....	69
Gambar 4.7 Liputan Mutia Fashion Moslem.....	73
Gambar 4.8 Toko Fisik Mutia Fashion Moslem.....	75
Gambar 4.9 Event dan Sponsorship.....	80
Gambar 4.10 Bazar Mutia Fashion Moslem.....	81