

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA DEALER SUZUKI TRADA LIPPO
CIKARANG DALAM UPAYA MENCAPAI TARGET PENJUALAN MOBIL SUZUKI**



Disusun oleh :

YUSRIALWAN DZAKI LAKSONO

009202105015

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom.)

Dosen pembimbing:

MARIANI AMRI, S.SOS., M.SI

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Humaniora

President University

2025

HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN

Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Dealer Suzuki Trada Lippo Cikarang Dalam Upaya Mencapai Target Penjualan Mobil Suzuki

ORIGINALITY REPORT

9%	8%	3%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
2	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%
3	kc.umn.ac.id Internet Source	<1%
4	repositori.uin-alaududin.ac.id Internet Source	<1%
5	e-theses.iaincurup.ac.id Internet Source	<1%
6	core.ac.uk Internet Source	<1%
7	digilib.uinsa.ac.id Internet Source	<1%
8	eprints.upj.ac.id Internet Source	<1%

HASIL PEMERIKSAAN GPT ZERO

 **GPTZero** Version multilingual-2024-04-10

THESIS YUSRIALWAN - 3/6/2025

AI Report

We are highly confident this text is

Human Generated

AI Probability

1%

This number is the probability that the document is AI generated, not a percentage of AI text in the document.

Plagiarism



The plagiarism scan was not run for this document. Go to gptzero.me to check for plagiarism.

ABSTRAK

Suzuki merupakan brand otomotif yang telah mengeluarkan banyak tipe mobil mulai dari MPV, City Car, SUV, Hatchback, Komersial sampai Minivans. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan penerapan strategi komunikasi pemasaran dan media yang digunakan serta ingin memahami sejauh apa peran strategi komunikasi pemasaran yang dijalani oleh Dealer Suzuki Trada Lippo Cikarang dalam mencapai target penjualan mobil Suzuki. Metode yang diterapkan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Dealer Suzuki Trada Lippo Cikarang dalam upaya mencapai target penjualan mobil Suzuki menerapkan konsep *Integrated Marketing Communication* atau Komunikasi Pemasaran Terpadu dengan menjalankan beberapa alat bantu promosi, yakni: Periklanan, Promosi penjualan, Hubungan masyarakat, Penjualan pribadi, Pemasaran langsung. Semua aktivitas yang dilaksanakan saling melengkapi satu sama lain tetapi penjualan pribadi merupakan strategi yang paling dominan dalam mencapai target penjualan Dealer Suzuki Trada Lippo Cikarang.

Kata Kunci: Dealer Suzuki Trada Lippo Cikarang, Strategi Komunikasi Pemasaran, Target Penjualan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan rasa syukur mendalam atas kehadiran Tuhan Yang maha esa, karena telah melimpahkan rahmat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Dealer Suzuki Trada Lippo Cikarang Dalam Upaya Mencapai Target Penjualan Mobil Suzuki” ini meskipun jauh dari kata sempurna.

Saya dedikasikan dengan sepenuh hati karya ini kepada kedua orang tua tercinta yang menjadi sumber kekuatan dan selalu mendukung dengan penuh kasih sayang sehingga skripsi ini dapat selesai. Terima kasih dukungan tanpa syarat adalah sumber untuk memberikan yang terbaik.

Ucapan terima kasih kepada bapak M. Raudy Gathmyr, S.Sos., M. Si. selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi, ibu Mariani Amri, S.Sos.,M.Si. selaku dosen pembimbing saya, serta seluruh dosen Ilmu Komunikasi konsentrasi Public Relation, atas Ilmu yang telah diberikan akan menjadi bekal bagi saya dalam menjalani kehidupan sesungguhnya.

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada informan penelitian karena telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini, yakni karyawan Dealer Suzuki Trada Lippo Cikarang dan kepada teman teman yang telah memberikan semangat dalam perjalanan ini.

Akhir kata, sekali lagi peneliti ucapkan terima kasih dan peneliti berharap semoga Tuhan membalas kebaikan kepada seluruh pihak yang selama ini telah memberi dukungan kepada peneliti selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini. Peneliti berharap agar hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi banyak orang.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI	ii
PERNYATAAN ASLI	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING UNTUK PUBLIKASI	v
PERNYATAAN PENULIS	vi
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	vii
HASIL PEMERIKSAAN GPT ZERO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN TEORETIS.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Strategi	6
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	6
2.1.3 Proses dan Pengembangan Komunikasi Pemasaran	8
2.1.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu	11
2.1.5 Bauran Komunikasi Pemasaran Terintegrasi.....	12
2.1.6 STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>).....	18
2.1.7 Bauran Pemasaran	19
2.1.8 Penjualan	20
2.2 Studi Literatur	20
2.3 Research Gap	22
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	23

3.1	Metode Penelitian	23
3.2	Pendekatan Penelitian	23
3.3	Paradigma Penelitian	24
3.4	Lokasi dan Waktu Penelitian	24
3.5	Sumber Data	24
3.6	Informan Penelitian	25
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.8	Teknik Analisis Data	27
3.9	Teknik Pengkodean	28
3.10	Teknik Keabsahan Data	29
3.11	Kerangka Konseptual	29
BAB 4 HASIL PENELITIAN		31
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	31
4.2	Temuan Penelitian	33
4.2.1	STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	33
4.2.2	Bauran Pemasaran	35
4.2.3	Komunikasi Pemasaran Terpadu	38
4.2.4	Penjualan.....	52
4.3	Pembahasan Penelitian	53
BAB 5 PENUTUP.....		61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Keterbatasan penelitian	62
5.3	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN		67

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 1 Data Penjualan Retail Mobil Suzuki Dalam 5 Tahun	1
Tabel 2 Jaringan Suzuki Trada Grup Jabodetabek	3
Gambar 1 Logo Suzuki Trada	2
Gambar 2 Elemen Elemen Dalam Proses Komunikasi	9
Gambar 3 Logo Dealer	32
Gambar 4 Iklan Sosial Media	39
Gambar 5 Promosi Penjualan Suzuki Trada	40
Gambar 6 Promosi Penjualan Suzuki Trada	42
Gambar 7 Ruang Tunggu Dealer	43
Gambar 8 Pameran	45
Gambar 9 Showroom Event	46
Gambar 10 Canvassing	48
Gambar 11 Instagram & Facebook Suzuki Trada Lippo Cikarang	51
Gambar 12 Surat Persetujuan Informan 1	69
Gambar 13 Surat Persetujuan Informan 2	83
Gambar 14 Surat Persetujuan Informan 3	101
Gambar 15 Wawancara Informan 1	114
Gambar 16 Wawancara Informan 2	114
Gambar 17 Wawancara Informan 3	115
Gambar 18 Dokumentasi Lainnya	115