

**ANALISIS *MARKETING MIX* (BAURAN PEMASARAN) PADA
AKUN SHOPEE “ZAKHA MUSIK STORE” DI KOTA
SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH

HERU SETIAWAN
NPM. 1643010062

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS *MARKETING MIX* (BAURAN PEMASARAN) PADA AKUN SHOPEE "ZAKHA MUSIK STORE" DI KOTA SURABAYA

Oleh :

Heru Setiawan

1643010062

Telah Dipertahankan Di Hadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada Tanggal 06 Juli 2022

Pembimbing

Tim Penguji

1. Ketua



Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 196412251993092001



Aulia Rahmawati S.Sos, M.Si, Phd
NPT 3 8207 0602 161

2. Sekretaris



Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 196412251993092001

3. Anggota



Heidy Arviani, S.Sos, MA
NIP 198511072018032001

Mengetahui
DEKAN FISIP



DR.DRS EC.GENDUT SUKARNO,MS CHRA
NIP. 19590701 198703 1001

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS *MARKETING MIX* (BAURAN PEMASARAN) PADA AKUN
SHOPEE "ZAKHA MUSIK STORE" DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :



Heru Setiawan
1643010062

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP: 19641225 199309 2001

Mengetahui

DEKAN FISIP



Dr.Drs Ec.Gendut Sukarno,Ms Chra
NIP. 19590701 198703 1001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Heru Setiawan

NPM : 1643010062

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Marketing Mix (Bauran Pemasaran) Pada Akun Shopee
"Zakha Musik Store" Di Kota Surabaya

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang ditulis tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan oleh individu selain penulis, kecuali dituliskan dalam format kutipan dalam skripsi.

Demikian pernyataan ini dibuat tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila pernyataan ini tidak benar, maka akan ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Surabaya, 26 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Heru Setiawan
NPM.643010062

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT tuhan semesta alam yang telah memberikan segala rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul ***“Anilisis Marketing Mix (Bauran Pemasaran) Pada Akun Shopee “Zakha Musik Stroe” Di Kota Surabaya”***. Penyusunan Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan yang harus ditempuh untuk memperoleh gelar kesarjanaan strata satu (S1) pada program studi Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Negeri Veteran Surabaya.

Penyusunan Skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan hal tersebut, maka penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Negeri Veteran Surabaya.
2. Dra. Herlina Suksmawati, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan segala bimbingan, perhatian dan kesabaran mulai dari awal hingga akhir dalam penyusunan Skripsi.
3. Dr.Drs Ec.Gendut Sukarno,Ms Chra, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Negeri Veteran Surabaya.

4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Negeri Veteran Surabaya yang sudah memberikan bantuan dan ilmu dari awal perkuliahan hingga pada saat penyusunan skripsi.
5. Seluruh staff dan karyawan Universitas Pembangunan Negeri Veteran Surabaya yang sudah membantu penulis mulai awal perkuliahan hingga proses melakukan penelitian.
6. Rizal Tri Laksono pemilik dan pengelola “Zakha Musik Store” yang telah membantu dan memberikan izin kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian berkaitan dengan toko *online*.
7. Muhammad Yusuf dan Mahfud Zamhari selaku konsumen dari “Zakha Musik Store”, yang telah membantu penulis dengan bersedia untuk diwawancarai.
8. Orang tua, keluarga,mas baba, mbak nia, dewi khunti rouffah dan teman-teman yang telah mendukung, mendoakan dan memberikan semangat untuk menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan, keberkahan, rahmat dan karunia-Nya, Amin. Kritik dan saran yang membangun serta sumbangan pikiran yang konstruktif sangat penulis harapkan agar penulis Skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Akhir kata semoga laporan ini dapat memberi manfaat bagi pembaca umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Surabaya, Juli 2022

PENULIS

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| COVER | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | ii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR TABEL..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | x |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.4.1 Aspek teoritis | 9 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 10 |
| 2.1.1 Hasil penelitian Masfufah Choirunnisak, 2020..... | 10 |
| 2.1.2 Hasil penelitian Tessa Melita | 11 |
| 2.2 Komunikasi | 12 |
| 2.2.1 Pengertian Komunikasi | 12 |
| 2.2.2 Komunikasi efektif..... | 14 |
| 2.2.3 Hambatan Komunikasi..... | 18 |
| 2.3 Komunikasi Pemasaran | 20 |
| 2.3.1 Definisi Komunikasi Pemasaran | 20 |
| 2.3.2 Proses Komunikasi Pemasaran | 22 |
| 2.3.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran..... | 24 |
| 2.3.4 Strategi Komunikasi Pemasaran | 25 |
| 2.3.5 Bauran Pemasaran (marketing communication mix)..... | 28 |
| 2.3.5.1 Product | 28 |
| 2.3.5.2 Price | 31 |
| 2.3.5.3 Place..... | 32 |
| 2.3.5.4 Promotion..... | 34 |
| 2.3.5.5 People..... | 36 |
| 2.3.5.6 Process | 38 |
| 2.3.5.7 Physical evidence..... | 40 |
| 2.4 Marketplace | 40 |
| 2.5 Shopee | 41 |
| 2.6 Kerangka Berfikir..... | 44 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 45 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 45 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 45 |
| 3.3 Definisi Konseptual..... | 46 |
| 3.3.1 Market place..... | 46 |
| 3.3.2 Shopee | 46 |
| 3.3.3 Strategi Komunikasi Pemasaran | 47 |

| | | |
|-----------------------------------|--|-----------|
| 3.3.4 | Bauran Pemasaran | 47 |
| 3.4 | Lokasi Penelitian | 48 |
| 3.5 | Subjek Penelitian | 48 |
| 3.6 | Data | 49 |
| 3.6.1 | Data Primer | 49 |
| 3.6.2 | Data Sekunder | 49 |
| 3.7 | Teknik Penentuan Informan | 50 |
| 3.8 | Teknik Pengumpulan Data | 50 |
| 3.8.1 | Observasi | 50 |
| 3.8.2 | Wawancara | 51 |
| 3.8.3 | Dokumentasi | 51 |
| 3.9 | Teknik Keabsahan Data | 52 |
| 3.10 | Teknik Analisis Data | 52 |
| 3.10.1 | Reduksi Data | 53 |
| 3.10.2 | Penyajian Data | 53 |
| 3.10.3 | Penarikan Kesimpulan | 53 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 54 |
| 4.1 | Gambaran Umum Penelitian dan Penyajian Objek Data | 54 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 54 |
| 4.1.2 | Profil Informan | 55 |
| 4.2 | Penyajian dan Analisis Data | 57 |
| 4.2.1 | Strategi Komunikasi STP pada toko Zakha Musik Store | 57 |
| 4.2.1.1 | Segmentasi | 57 |
| 4.2.1.2 | Targeting | 57 |
| 4.2.1.3 | Positioning | 57 |
| 4.2.2 | Strategi Pemasaran 7P pada Toko zakha Musik Store | 58 |
| 4.2.2.1 | Product (produk) | 58 |
| 4.2.2.2 | Price (harga) | 60 |
| 4.2.2.3 | Promotion (promosi) | 62 |
| 4.2.2.4 | Place (tempat) | 66 |
| 4.2.2.5 | People (orang) | 68 |
| 4.2.2.6 | Process (proses) | 70 |
| 4.2.2.7 | Physical Evidence (Tampilan Fisik) | 74 |
| 4.3 | Pembahasan | 75 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 85 |
| 5.1 | Kesimpulan | 85 |
| 5.2 | Saran | 87 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 88 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | | 110 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 5.1 Price List Zakha Musik Store..... | 62 |
|---|----|

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Model komunikasi pemasaran Mahmud Machfoedz (2010:17). | 22 |
| Gambar 2.2 Alur Keputusan Produk Perseorangan. | 30 |
| Gambar 2.3 Alur Saluran Distribusi | 34 |
| Gambar 2.4 Kerangka Berfikir..... | 44 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Interview Guide Pemilik Toko | 90 |
| Lampiran 2 Interview Guide pelanggan Toko | 93 |
| Lampiran 3 Transkrip Wawancara Pemilik Toko | 94 |
| Lampiran 4 Transkrip Wawancara Customer..... | 101 |