

**IMPLEMENTASI *MARKETING MIX* DALAM MENINGKATKAN
*BRAND IMAGE***

(Studi Kasus Pada Bakso Mas Roy Di Kota Surabaya Cabang Merr)

SKRIPSI



OLEH:

ADELIA QOULI VARADISA

20042010257

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN
IMPLEMENTASI *MARKETING MIX* DALAM MENINGKATKAN
BRAND IMAGE
(Studi Kasus Pada Bakso Mas Roy Di Kota Surabaya Cabang Merr)

D disusun Oleh:

ADELIA QOULI VARADISA
NPM. 20042010257

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

IMPLEMENTASI *MARKETING MIX* DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*
(Studi Kasus Pada Bakso Mas Roy Di Kota Surabaya Cabang Merr)

Disusun Oleh :

ADELIA OOULI VARADISA
NPM. 20942010257


Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 28 Mei 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302029121007

2. Sekretaris


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 1986041720201220097

3. Anggota


Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si
NIP. 196112241989031007


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adelia Qouli Varadisa

NPM : 20042010257

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :
IMPLEMENTASI *MARKETING MIX* DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*

(Studi Kasus Pada Bakso Mas Roy Di Kota Surabaya Cabang Merr)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata 1 di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya oranglain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 29 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



Adelia Qouli Varadisa

NPM. 20042010257

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, taufiq, serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ini dengan baik. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan program sarjana di Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak terutama kepada Bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB selaku dosen pembimbing penulis atas segala saran serta bimbingannya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, MM.MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kepada kedua orang tua dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Owner, karyawan, serta konsumen Bakso Mas Roy yang telah memberikan izin dan meluangkan waktu dalam memebrikan informasi terkait dengan objek penelitian yang saya teliti.
6. Untuk saya sendiri yang sudah kuat menyelesaikan skripsi ini dengan banyak rintangan dan cobaan meskipun masih terdapat kekurangan. Buat kalian kalau nanti baca skripsi aku dan lagi capek fisik maupun mental jangan lupa “ Love ur self ” ya teman-teman karena yang paling mengerti keadaan kamu ya diri kamu sendiri.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun penyusunannya. Oleh karena itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran maupun kritik yang bersifat membangun.

Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua.

Surabaya,

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Implementasi	17
2.2.2 Pemasaran	18
2.2.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	24
2.2.4 Brand Image	27
2.3 Kerangka Berpikir	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Batasan Masalah Penelitian.....	36
3.3 Lokasi Penelitian	37
3.4 Objek dan Informan Penelitian.....	37
3.4.1 Objek Penelitian	37
3.4.2 Informan Penelitian.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5.1 Triangulasi.....	39
3.5.2 Observasi.....	39
3.5.3 Wawancara (<i>In Dept Interview</i>)	39
3.5.4 Dokumentasi	40
3.6 Jenis dan Sumber Data	41
3.6.1 Jenis Data	41
3.6.2 Sumber Data.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.8 Teknik Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	46
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	46
4.1.2 Logo Perusahaan	47
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	47
4.1.4 Struktur Perusahaan	48
4.2 Penyajian data.....	49

4.3	Pembahasan	54
4.3.1	Implementasi <i>Marketing Mix</i> 4P Dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i>	57
4.3.2	Kendala yang Dihadapi	81
4.3.3	Perbandingan Hasil Penelitian pada Bakso Mas Roy cabang Merr dengan penelitian Terdahulu	82
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran	89
DAFTAR	PUSTAKA	91
LAMPIRAN	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia	2
Gambar 1.2 Media Sosial Instagram dan Tiktok Bakso Mas Roy	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Implementasi Marketing Mix Bakso Mas Roy Dalam Meningkatkan Brand Image	33
Gambar 3.1 Triangulasi Teknik	45
Gambar 3.2 Triangulasi Sumber	45
Gambar 4. 1 Produk Bakso Mas Roy	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kompetitor Bakso Mas Roy	7
Tabel 4. 1 Wawancara Dimensi Produk	59
Tabel 4. 2 Daftar Harga Produk Produk Bakso Mas Roy cabang Merr	64
Tabel 4. 3 Wawancara Dimensi Harga	64
Tabel 4. 4 Wawancara Dimensi Tempat	70
Tabel 4. 5 Wawancara Dimensi Promosi.....	74
Tabel 4. 6 Wawancara Dimensi Promosi Sosial Media	77

ABSTRAK

Adelia Qouli Varadisa, 20042010257, Implementasi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Brand Image (Studi Kasus Pada Bakso Mas Roy Di Kota Surabaya Cabang Merr)

Bakso Mas Roy cabang Merr adalah salah satu bisnis kuliner bakso yang mempunyai cita rasa tersendiri dan dikenal dengan bakso tanpa tepung untuk menarik minat konsumen dan mengenalkan cita rasa yang khas beda dari lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi marketing mix 4P Bakso Mas Roy cabang Merr dalam mengembangkan dan meningkatkan brand image. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian menunjukkan hasil bahwa Bakso Mas Roy cabang Merr menerapkan marketing mix 4P dalam meningkatkan brand image akan tetapi masih terdapat penerapan bauran pemasaran yang masih kurang efektif. Adapun faktor penghambat dalam implementasi marketing mix 4P pada Bakso Mas Roy cabang Merr yaitu dari faktor Product dan Price dan faktor pendukung yaitu dari Place dan Promotion. Faktor-faktor yang terdapat pada penelitian ini masih terbatas, sehingga di penelitian selanjutnya peneliti lain diharapkan mampu mengkaji lebih luas tentang marketing mix 4P dengan teknik yang berbeda.

Kata Kunci: Marketing Mix 4P, Bakso Mas Roy, Brand image

ABSTRACT

Adelia Qouli Varadisa, 20042010257, Implementation of Marketing Mix in Improving Brand Image (Case Study on Bakso Mas Roy in Surabaya City, Merr Branch)

Bakso Mas Roy Merr branch is one of the meatball culinary businesses that has its own taste and is known for its flourless meatballs to attract consumers and introduce a distinctive taste different from others. This study aims to describe the implementation of the 4P marketing mix of Bakso Mas Roy Merr branch in developing and improving brand image. The type of research used is descriptive qualitative. Data collection is done by interview, observation, and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The research shows the results that Bakso Mas Roy, Merr branch, applies the 4P marketing mix in improving brand image, but there is still an application of the marketing mix that is still ineffective. The inhibiting factors in the implementation of the 4P marketing mix at Bakso Mas Roy, Merr branch, namely from the Product and Price factors and supporting factors, namely from Place and Promotion. The factors contained in this study are still limited, so in future studies other researchers are expected to be able to examine more broadly about the 4P marketing mix with different techniques.

Keywords : Marketing Mix 4P, Bakso Mas Roy, Brand image