

**ANALISIS SWOT PADA BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN TENANT DI LIPPO PLAZA BATU**

SKRIPSI



Oleh :

VERONA TRISTAN JEANNYVA HENDARSIN

NPM. 24042910359

**KEMENTERIAN PEDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2026**

**ANALISIS SWOT PADA BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN TENANT DI LIPPO PLAZA BATU**

SKRIPSI



Oleh :

VERONA TRISTAN JEANNYVA HENDARSIN

NPM. 24042910359

**KEMENTERIAN PEDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS SWOT PADA BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN *TENANT* DI LIPPO PLAZA BATU**

Disusun Oleh:

VERONA TRISTAN JEANNYVA HENDARSIN

NPM. 24042910359

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



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

NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS SWOT PADA BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN *TENANT* DI LIPPO PLAZA BATU

Disusun Oleh:

VERONA TRISTAN JEANNYVA HENDARSIN

NPM. 24042910359

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 14 Juli 2026

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.
NIP. 198604172020122007


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196112241989031007
2. Sekretaris


Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001
3. Anggota


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Verona Tristan Jeannyva Hendarsin

NPM : 24042910359

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 16 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



Verona Tristan Jeannyva Hendarsin

NPM. 24042910359

KATA PENGANTAR

Peneliti mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **“Analisis SWOT pada Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Kepuasan *Tenant* di Lippo Plaza Batu”** dengan baik.

Selama proses penyusunan penelitian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, serta bantuan yang sangat berarti. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, serta motivasi kepada peneliti selama proses penyusunan penelitian skripsi ini

Selain itu, peneliti juga memperoleh berbagai dukungan dan bantuan dari beberapa pihak yang turut membantu kelancaran penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik UPN Veteran Jawa Timur.
2. Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA., selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik UPN Veteran Jawa Timur.
3. Seluruh dosen pengajar Program Studi Administrasi Bisnis UPN Veteran Jawa Timur yang telah memberikan banyak pengetahuan dan ilmu kepada peneliti.
4. Kedua orang tua peneliti, Bapak Oki Widiyanto S.P, Ibu Dwi Indaryani S.P., dan Kakak Valencia Mayra Putri Hendarsin S.E., yang selalu memberikan

doa, dukungan, serta semangat kepada peneliti selama proses penelitian tugas akhir.

5. Pihak Lippo Plaza Batu yang telah memberikan saya kesempatan dan bimbingan selama penelitian berlangsung.
6. Teman teman mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis yang telah berjuang bersama menyelesaikan semua tahapan pendidikan hingga penelitian skripsi.

Semua pihak yang turut serta, baik yang secara langsung maupun tidak langsung telah berkontribusi dalam kelancaran penyelesaian tugas akhir ini.

Surabaya, 16 Juli 2026



Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Manajemen Pemasaran	18
2.2.2 Strategi Pemasaran.....	19
2.2.3 Kepuasan Pelanggan	23
2.2.4 Analisis SWOT	25
2.3 Kerangka Berpikir	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.3 Metode Pengambilan Data	36
3.4 Informan Penelitian	41
3.5 Sumber Data	43

3.6 Teknik Analisis Data.....	45
3.7 Definisi Konseptual.....	47
3.7.1 Strategi Pemasaran.....	47
3.7.2 Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	48
3.7.3 Matriks EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>).....	49
3.7.4 Matriks Analisis SWOT.....	51
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Subjek Penelitian & Penyajian Data.....	53
4.1.1 Gambaran Umum Lippo Plaza Batu.....	53
4.1.2 Profil Informan Penelitian	58
4.1.3 Penyajian Data Hasil Wawancara	61
4.2 Analisis Hasil Penelitian.....	67
4.2.1 Identifikasi Faktor SWOT Berdasarkan Bauran Pemasaran 4P	67
4.2.2 Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	83
4.2.3 Matriks EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>).....	86
4.2.4 Kuadran SWOT	88
4.2.5 Matriks Analisis SWOT.....	90
4.3 Pembahasan	93
4.3.1 Bauran Pemasaran 4P dalam Meningkatkan Kepuasan Tenant	93
4.3.2 Analisis SWOT sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran	95
4.3.3 Implikasi Strategi terhadap Kepuasan Tenant.....	97
BAB V KESIMPULAN & SARAN	100
5.1 Simpulan.....	100
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan Ekonomi Kota Batu	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 2. 2 Matriks IFAS	48
Gambar 2. 3 Matriks EFAS	49
Gambar 2. 4 Matriks Analisis SWOT	51
Gambar 4. 1 Lippo Plaza Batu	53
Gambar 4. 2 Logo Lippo Plaza Batu.....	55
Gambar 4. 3 Traffic Pengunjung Mal Lippo Plaza Batu.....	57
Gambar 4. 4 Kuadran Analisis SWOT	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	35
Tabel 3. 2 Daftar Informan Penelitian.....	43
Tabel 3. 3 Kriteria Strategi Pemasaran.....	47
Tabel 3. 4 Kerangka Berpikir.....	46
 Tabel 4. 1 Profil Informan.....	 58
Tabel 4. 2 Matriks IFAS	83
Tabel 4. 3 Matriks EFAS	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Informan.....	105
Lampiran 2 Dokumentasi Informan.....	149

ABSTRAKSI

VERONA TRISTAN JEANNYVA HENDARSIN, ANALISIS SWOT PADA BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN *TENANT* DI LIPPO PLAZA BATU

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis SWOT pada bauran pemasaran dalam meningkatkan kepuasan *tenant* di Lippo Plaza Batu. Penelitian menggunakan jenis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan informan ditentukan melalui *purposive sampling* dan data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal-eksternal berdasarkan bauran pemasaran 4P, kemudian diolah menggunakan Matriks IFAS, Matriks EFAS, diagram Kuadran SWOT, dan Matriks Analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan strategi bauran pemasaran Lippo Plaza Batu telah mendukung kepuasan *tenant* melalui fasilitas, lokasi strategis, harga kompetitif, dan promosi, meskipun pemerataan promosi antar-*tenant* masih menjadi kelemahan. Dari sisi eksternal, pertumbuhan pariwisata dan ekonomi Kota Batu, perkembangan promosi digital, serta rencana pengembangan variasi *tenant mix* melalui konsep *specialty tenant* menjadi peluang utama yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas basis pengunjung dan memperkuat daya tarik mal. Koordinat Matriks IFAS-EFAS (0,24 : 0,54) menempatkan Lippo Plaza Batu pada Kuadran I (*Strength-Opportunity*), yang menunjukkan bahwa kekuatan internal yang dimiliki sejalan dengan peluang eksternal yang tersedia, sehingga mendukung penerapan *growth oriented strategy* melalui penguatan kolaborasi promosi, optimalisasi pemasaran digital, perluasan kerja sama dengan sektor pariwisata, dan peningkatan *tenant relation*.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Bauran Pemasaran, Kepuasan *Tenant*, Matriks IFAS, Matriks EFAS

ABSTRACT

VERONA TRISTAN JEANNYVA HENDARSIN, *SWOT ANALYSIS ON THE MARKETING MIX IN IMPROVING TENANT SATISFACTION AT LIPPO PLAZA BATU*

This study aims to identify and analyze the SWOT factors within the marketing mix in improving tenant satisfaction at Lippo Plaza Batu. The research employed a descriptive method with a qualitative approach, with informants determined through purposive sampling, and data collected through interviews, observation, and documentation. The analysis was conducted by identifying internal and external factors based on the 4P marketing mix, which were then processed using the IFAS Matrix, EFAS Matrix, SWOT Quadrant Diagram, and SWOT Analysis Matrix. The results indicate that Lippo Plaza Batu's marketing mix strategy has supported tenant satisfaction through its facilities, strategic location, competitive pricing, and promotions, although the uneven distribution of promotions among tenants remains a weakness. Externally, the growth of tourism and the economy in Batu City, the development of digital promotion, and plans to diversify the tenant mix through a specialty tenant concept stand out as key opportunities that can be leveraged to expand the visitor base and strengthen the mall's appeal. The IFAS-EFAS Matrix coordinates (0.24 : 0.54) place Lippo Plaza Batu in Quadrant I (Strength-Opportunity), indicating that its internal strengths align with the available external opportunities, thereby supporting the implementation of a growth-oriented strategy through strengthening promotional collaboration, optimizing digital marketing, expanding partnerships with the tourism sector, and enhancing tenant relations.

Keywords: *SWOT Analysis, Marketing Mix, Tenant Satisfaction, IFAS Matrix, EFAS Matrix*