

**STRATEGI PEMASARAN  
DALAM MENINGKATAN PENJUALAN SPAREPART  
DI TOKO SEMANGAT BARU MOTOR**

**SKRIPSI**



disusun oleh:

**Wildan Aly Haidar Arvissalam**

**19.96.1054**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTAYOGYAKARTA  
2023**

**STRATEGI PEMASARAN  
DALAM MENINGKATAN PENJUALAN SPAREPART  
DI TOKO SEMANGAT BARU MOTOR**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagai persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
Studi Ilmu Komunikasi



Penyusun:

**Wildan Aly Haidar Arvissalam**

**19.96.1054**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN  
SPAREPART DI TOKO SEMANGAT BARU MOTOR**

Yang disusun dan diajukan oleh

**Wildan Aly Haidar Arvissalam**

**19.96.1054**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing skripsi  
pada tanggal 05 Maret 2023

Dosen Pembimbing,

**Angga Inteur Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom**

**NIK. 190302339**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**  
**SPAREPART DI TOKO SEMANGAT BARU MOTOR**

yang disusun dan diajukan oleh

**Wildan Aly Haidar Arvissalam**

**19.96.1054**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 21 Maret 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom**  
**NIK. 190302339**

**Erfina Nurussa'addah, M.I.Kom**  
**NIK. 190302361**

**Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom**  
**NIK. 190302437**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 21 Maret 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom**  
**NIK. 190302125**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 22 Juni 2023



Wildan Aly Haidar Arvissalam

19.96.1054

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya kepada kami semua, sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang digunakan sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana satu (1) pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses menyusun laporan, penulis mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak khususnya kepada Bapak Sismadi dan Ibu Zuhriyah selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan dan mendukung saya hingga saat ini. Untuk itu juga, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Bapak Prof. Dr M. Suyanto, M.M, selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, arahan, bantuan, dukungan, motivasi dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Dosen-dosen dan seluruh staff pengajar di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Bapak Kusmadi selaku pemilik Toko Semangat Baru Motor yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian

7. Seluruh staff dan karyawan Toko Semangat Baru Motor yang telah memberikan kebaikan hatinya selama penulis melakukan penelitian di lokasi penelitian.
8. Teman-teman Seperjuangan di pondok Inaatullah yang telah memberi motivasi dan bantuan kepada penulis.
9. Teman-teman 19 Ilmu Komunikasi 01 Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
10. Dan pihak-pihak yang terkait lainnya yang telah membantu penulis baik untuk selama pelaksanaan penelitian ataupun penyelesaian laporan ini.

Demikian kepada seluruh pihak yang mendukung penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terimakasih. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar penulis bisa menyusun laporan menjadi lebih baik lagi. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

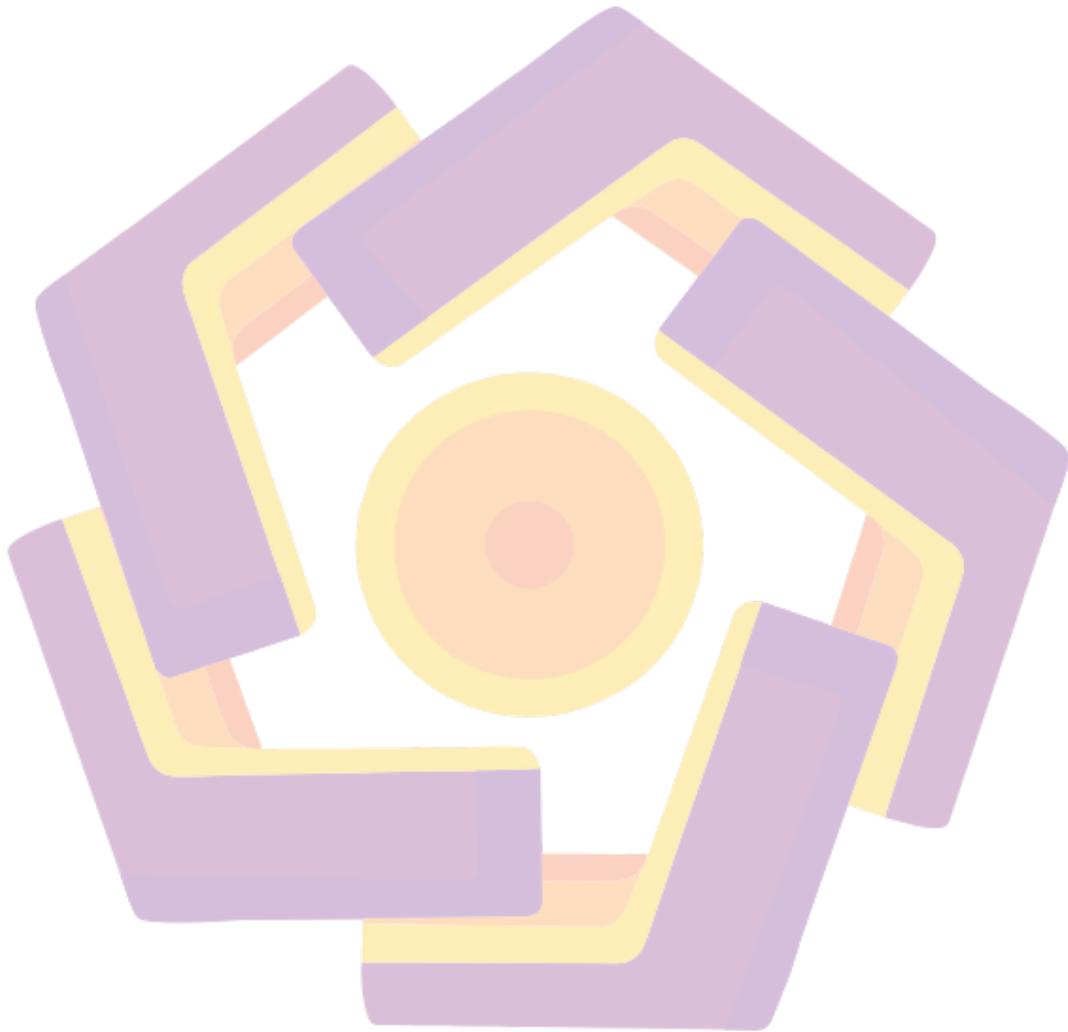
Yogyakarta, 21 Juni 2023

  
Wildan Aiy Haidar Arvissalam

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
INTISARI.....	ix
ABSTRACK.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian.....	01
1.2. Rumusan Masalah.....	07
1.3. Tujuan Penelitian.....	07
1.4. Manfaat Penelitian.....	07
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian terdahulu.....	08
2.2. Landasan Teori.....	10
2.3 Kerangka Berpikir.....	17
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Desain Penelitian.....	20
3.2. Objek Penelitian atau Deskripsi Objek.....	22
3.3. Subjek Penelitian.....	23
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	24
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6. Teknik Analisis Data.....	27
3. 7 Tri angulasi (uji validitas lainnya yang digunakan).....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Hasil (uraian hasil temuan).....	31
4.2. Pembahasan.....	58
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan.....	70
5.2. Saran.....	70

5.3 Daftar Pustaka.....72



## INTISARI

Strategi Pemasaran adalah upaya memasarkan sebuah produk, baik itu barang atau jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Salah satu strategi dalam mengembangkan usaha ialah dengan menerapkan Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran yang didalamnya terdiri dari produk, harga, tempat, promosi dapat meningkatkan volume penjualan pada toko semangat baru motor yogyakarta. Strategi pemasaran dapat menentukan alternatif tindakan yang memungkinkan perusahaan mencapai misi dan tujuan dengan cara terbaik, penggunaan strategi marketing mix (bauran pemasaran) meliputi produk, price, promotion, place, people, physical evidence, process. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan mengumpulkan data langsung dari perusahaan dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi sesuai subjek penelitian. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh Toko Semangat Baru Motor Yogyakarta sudah berjalan dengan baik, dimana ketujuh variabel strategi Bauran pemasaran ini saling mendukung dan saling melengkapi, serta memiliki peran yang berbeda dalam memasarkan produknya. Sebaiknya Pemilik Toko Semangat Baru Motor harus memelihara dengan benar bauran pemasaran yang sudah di terapkan. Strategi yang digunakan perusahaan sudah baik namun akan lebih baik apabila perusahaan terus meningkatkan strategi-strategi yang baru karena melihat saat ini sudah banyak kompetitor lain yang mengeluarkan produk sparepart dengan banyak model.

**Kata Kunci: Strategi pemasaran, bauran pemasaran, semangat baru motor**

## **ABSTRACT**

*Marketing strategy is an effort to market a product, be it goods or services by using certain plans and tactics so that the number of sales becomes higher. One of the strategies in developing a business is to implement a Marketing Mix Strategy. The purpose of this study was to find out whether the marketing strategy, namely the marketing mix which consists of product, price, place, promotion, can increase sales volume at the Jiwa Baru Motor Yogyakarta store. The marketing strategy can determine alternative actions that allow the company to achieve its mission and goals in the best way, using a marketing mix strategy including product, price, promotion, place, people, physical evidence, process. This study uses a qualitative descriptive analysis method, namely by collecting data directly from the company by conducting observations, interviews, documentation according to the research subject. The results of the research show that the strategy implemented by the Yogyakarta Dewa Baru Motor Shop has gone well, where the seven marketing mix strategy variables support and complement each other, and have different roles in marketing their products. We recommend that the owner of the New Spirit Motor Shop must properly maintain the marketing mix that has been implemented. The strategy used by the company is good, but it would be better if the company continues to improve new strategies because there are currently many other competitors that have issued spare parts products with many models.*

**Keywords:** *Marketing strategy, marketing mix, new motor spirit*