

Kepada Yth.

Bapak Dekan Fak. Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik, UIN  
Raden Fatah  
di-

Palembang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara Hapta Graha Pratama NIM: 1657010052 yang berjudul **Pengaruh Komunikasi Marketing Terhadap Respon Outlet (Study Kasus PT Buana Sentosa Nusantara)** sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqosah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang. Demikian, terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Palembang, 20 Januari

2020

Pembimbing I

Pembimbing II

Taufik Akhyar, M.Si  
SE.MM  
NIP. 197109132000031003

Badarudin Azarkasyi,  
NIDN. 2026068402

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hapta Graha Pratama  
Tempat & Tanggal Lahir : Palembang, 10 juni 1997  
NIM : 1657010039  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul skripsi : Pengaruh Komunikasi Marketing Terhadap Respon Outlet (Study Kasus PT Buana Sentosa Nusantara)

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan, dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang telah ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 20 Januari 2020

Yang Membuat Pernyataan,

Hapta Graha Pratama

NIM. 1657010053

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### “ Sukses Bukan Milik Orang Yang Pintar Tapi Milik Orang Yang Tekun”

*Thanks To :*

- ❖ Syukur Alhamdulillah ku ucapkan padamu ya Allah, untuk semua nikmat di setiap rasa sedih dan bahagia yang sudah ku lewati. Terima kasih selalu memberikan kesabaran dan kekuatan di setiap masa sulit yang kulalui, dan terima kasih sudah menjawab doa-doaku satu persatu.
- ❖ Untukmu kedua orang tuaku yang aku cintai dengan sepenuh hati, Kalian berdua, **ibu** ku Tersayang, **Yanti** yang selalu membersamaiku dengan doa dan kasih sayangnya terima kasih sebanyak - banyaknya atas pengertiannya, doa dan seluruh pengorbanan besarmu ibu semuanya tak bisa ku balas hanya sekedar dengan kata-kata ini tapi aku tahu betapa besarnya kasih mu padaku. **Ayah** yang aku banggakan, **Untung utomo**, Ini adalah bukti kesungguhan ku ini bukan hasil dari kerja kerasku namun ini adalah hasil dari pengorbanan, kerja keras dan perjuanganmu yang luar biasa, Ini persembahan dari anak pertama mu, yang memiliki impian untuk membuat kalian tersenyum disetiap waktu dengan penuh bangga padaku. Untuk kalian adik-adik ku **M.Aditya** tempat berbagi canda dan tawa, maafkan kakakmu yang menyebalkan ini tapi percayalah aku akan berusaha keras untuk membuat kalian lebih baik dari kakakmu ini. Sekali lagi kalian adalah penyemangatku dan aku sangat menyayangi kalian.
- ❖ Terimakasih buat ida putri rahayu yang menjadi penyemangat dan orang mambantu dan mendorong untuk cepat menyelesaikan skripsi menyelesaikan skripsi
- ❖ Sahabat – sahabat seperjuanganku di kampus Dyan, Jihan, Edo, Salam ilham, abi dll

- ❖ Keluarga Besar IMIKI SUMSEL (ikatan mahasiswa ilmu komunikasi Indonesia ) terimakasih untuk kisahnya yang kita lukiskan
- ❖ Dan Almamaterku UIN Raden Fatah Palembang, Ada keinginan suatu hari ingin mengabdikan disini, serta Semua pihak yang membantu,, Terima Kasih sebanyak – banyak nya.

## **Abstrak**

Setiap perusahaan berusaha menciptakan komunikasi yang baik agar mendapat respon yang baik terhadap perusahaan, begitu pula dengan PT Buana Sentosa Nusantara sebagai perusahaan distributor yang memasarkan produk dari mayora, PT Mayora Indah Tbk adalah salah satu perusahaan makanan terbesar di Indonesia, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Komunikasi Marketing Terhadap Respon Outlet (study kasus PT Buana Sentosa Nusantara), dengan tujuan melihat respon dari outlet dari PT Buana Sentosa Nusantara peneliti menggunakan teori *SOR*, peneliti juga menggunakan *puepositive sampling*. Dan masalah yang di angkat yaitu seberapa besar pengaruh komunikasi marketing terhadap respon outlet di PT Buana Sentosa Nusantara?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh respon outlet di PT Buana Sentosa Nusantara. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun sumber data yang digunakan didapatkan melalui kuisioner dengan sampel yang berjumlah 79 responden, observasi dan wawancara. Serta menggunakan teknis analisis inferensial dan uji linier sederhana maka hasilnya bahwa pengaruh komunikasi marketing sebesar 30% terhadap respon outlet di PT Buana Sentosa Nusantara dan pengaruhnya positif.

**Kata Kunci** : komunikasi, outlet, konsumen

***ABSTRACT***

*Every company tries to create good communication in order to get a good response to the company, as well as PT Buana Sentosa Nusantara as a distributor company that markets products from Mayora, PT Mayora Indah Tbk is one of the largest food companies in Indonesia, so researchers are interested in conducting research with the title “The Effect of Marketing Communication on Outlet Response (case study of PT Buana Sentosa Nusantara), with the aim of seeing the response of outlets from PT Buana Sentosa Nusantara, researchers used SOR theory, researchers also used pueposive sampling. And the problem raised is how much influence marketing communication has on the response of outlets at PT Buana Sentosa Nusantara?. This study aims to determine how much influence the outlet response at PT Buana Sentosa Nusantara has. This study uses quantitative methods. The sources of data used were obtained through questionnaires with a sample of 79 respondents, observations and interviews. As well as using technical inferential analysis and simple linear test, the result is that the effect of marketing communication is 30% on the response of outlets at PT Buana Sentosa Nusantara and the effect is positive.*

*Keywords :communication, outlet, consumer*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
Halaman Nota Persetujuan .....	ii
Halaman Pernyataan ... ..	iii
Halaman Motto dan Persembahan .....	iv
ABSTRAK.....	v
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar .....	x
Kata Pengantar ... ..	xi

## BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Masalah.....	4
D. Manfaat Teoritis	4
1. Manfaat Teoritis .....	4
2. Manfaat Praktis .....	4
3. Manfaat Akademik.....	4
E. Tinjauan Pustaka.....	4
F. Kerangka Teori .....	12
1. Komunikasi Pemasaran.....	12
2. Marketing Mix .....	13
a. Product .....	13
b. Price .....	13
c. Place.....	13
d. Promotion.....	13
3. Teori.....	15
a. Sejarah Model S-R.....	15
b. Model S-R Teori S-R1 .....	6
G. Kerangka Berpikir.....	17
H. Hipotesis Penelitian .....	20
I. Metode Penelitian .....	20
1. Metode Penelitian .....	20

2.	Data Dan Sumber Data .....	21
3.	Teknik Pengumpulan Data .....	21
4.	Lokasi Penelitian .....	22
5.	Variabel Penelitian .....	22
	a. Variabel Independen (Variabel X) .....	22
	b. Variabel Dependen (Variabel Y) .....	22
6.	Populasi Dan Sempel .....	22
7.	Uji Validitas Data .....	24
8.	Teknik Analisis Data .....	24
	a. Uji Normalitas .....	25
	b. Uji Realibilitas .....	25
	c. Uji Hipotesis .....	25
	d. Uji Linieritas .....	26
	e. Uji Regresi Sederhana .....	26
J.	Sistematika Penulisan .....	27

## BAB II KAJIAN PUSTAKA RELEVAN

A.	Komunikasi .....	29
B.	Definisi Pemasaran .....	30
C.	Bauran Pemasaran .....	30
D.	Komunikasi Pemasaran .....	32
E.	Promosi Penjualan .....	33
F.	Publisitas .....	34
G.	Penjualan Personal .....	34
H.	Perilaku Konsumen .....	35
I.	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	35
J.	Proses Pengambilan Keputusan .....	36

## BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A.	Sejarah PT. Buana Sentosa Nusantara Palembang .....	38
B.	Visi dan Misi PT. Buana Sentosa Nusantara .....	38
	1. Visi PT. Buana Sentosa Nusantara .....	38
	2. Misi PT. Buana Sentosa Nusantara .....	38



C. Struktur Organisasi PT. Buana Sentosa Nusantara.....39

**BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. Hasil .....42  
2. Pembahasan.....42  
3. Analisis Statistik Inferensial .....45  
4. Analisis Hubungan Variabel X Dengan Y .....74  
5. Pengujian Kriteria Normalitas Instrumen Penelitian .....77  
6. Pengujian Kriteria Linearitas Instrumen Penelitian.....78  
7. Analisis Regresi Linieritas Sederhana .....79  
8. Analisis Hipotesis .....3

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....86  
B. Saran .....86

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Penelitian terdahulu .....	8
Tabel 2. Oprasional variabel .....	20
Tabel 3. Hasil Uji Validitas .....	51
Tabel 4. Hasil Uji Realibilitas .....	52
Tabel 5 Pernyataan 1 dari indikator “ <i>consumer group relationship</i> ” .....	56
Tabel 6. Pernyataan 2 dari indikator “ <i>consumer group relationship</i> ” .....	57
Tabel 7. Pernyataan 3 dari indikator “ <i>primary service reletionship</i> ” .....	59
Tabel 8. Pernyataan 4 dari indikator “ <i>primary service reletionship</i> ” .....	61
Tabel 9. Pernyataan 5 dari indikator “ <i>primary service reletionship</i> ” .....	62
Tabel 10. Pernyataan 6 dari indikator “ <i>media nad communications Reletionship</i> ” .....	64
Tabel 11. Pernyataan 7 dari indikator “ <i>media nad communications Reletionship</i> ” .....	66
Tabel 12. Pernyataan 8 dari indikator “ <i>brand infrastructure reletionship</i> ” .....	67
Tabel 13. Pernyataan 9 dari indikator “ <i>kognitif</i> ” .....	69
Tabel 14. Pernyataan 10 dari indikator “ <i>kognitif</i> ” .....	71
Tabel 15. Pernyataan 11 dari indikator “ <i>kognitif</i> ” .....	72
Tabel 16. Pernyataan 12 dari indikator “ <i>Afektif</i> ” .....	74
Tabel 17. Pernyataan 13 dari indikator “ <i>Afektif</i> ” .....	76
Tabel 18. Pernyataan 14 dari indikator “ <i>Afektif</i> ” .....	77
Tabel 19. Pernyataan 15 dari indikator “ <i>Afektif</i> ” .....	79
Tabel 20. Pernyataan 16 dari indikator “ <i>konatif</i> ” .....	81
Tabel 21. Pernyataan 17 dari indikator “ <i>konatif</i> ” .....	82
Tabel 22. Pernyataan 18 dari indikator “ <i>konatif</i> ” .....	84
Tabel 23. <i>Guilford’s Emperical Rule</i> .....	86
Tabel 24. Korelasi .....	87
Tabel 25. Hasil Uji Normalitas .....	89
Tabel 26. Hasil Uji Linearitas .....	90
Tabel 27. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Ringkasan model .....	92
Tabel 28. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Analysis of Variance</i> .....	92
Tabel 29. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Coefficients</i> .....	93
Tabel 30. Hasil Uji Hipotesis .....	94

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum warrahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillah*, puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT atas nikmat dan kesehatan, serta rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Marketing Terhadap Respon Outlet Study Kasus PT Buana Sentosa Nusantara” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu tugas mahasiswa untuk menambah Ilmu Pengetahuan dan menjadi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi. Skripsi ini tidak lepas dari bantuan, petunjuk, serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya Kepada pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini, kepada :

1. Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S.Ag., M.Si sebagai Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
2. Prof. Dr. Izomidin, MA sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
3. Dr. Yenrizal, M.Si sebagai Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
4. Ainur Ropik, M.Si sebagai Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
5. Dr. Kun Budianto, M.Si sebagai Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
6. Reza Aprianti, MA sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.

7. Eraskaita Ginting M.I.Kom sebagai sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
8. Taufik Akhyar, M.Si sebagai Dosen Pembimbing I.
9. Badarudin Azarkasyi, SE.MM sebagai Dosen Pembimbing II.
10. Seluruh Staff dan Karyawan Administrasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi masih banyak kekurangan dan terdapat hal-hal yang harus diperbaiki. Maka dari itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua dalam penyusunan skripsi ini. Dan penulis juga berharap agar skripsi ini dapat dijadikan referensi serta memberikan manfaat bagi semua pihak.

Palembang, 4 Juni 2021

Penulis

Hapta Graha Pratama

NIM. 1657010053