

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“KEPERCAYAAN PADA DIRI SENDIRI AKAN MENJADI KEKUATAN YANG MAMPU MENGUBAH TAKDIR”

(Rita Wulandari)

PERSEMBAHAN:

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, Skripsi ini ku persembahkan untuk:

- *Ayahanda H. M.Teguh dan Ibunda Hj. Hirwana yang selalu memberi semangat, do'a, dorongan, nasehat, sehingga dapat memotivasiku dalam setiap perjuanganku untuk mencapai yang lebih baik, dan terimakasih atas pengorbanan serta kasih sayang yang kalian berikan dengan ikhlas dan tanpa henti-hentinya sampai ke titik ini.*
- *Kakaku Lim Swiking, Adi Chandra dan Ayukku Desi utama dewi, Lidia Oktavia S.Pd dan Adik Pisatku Hesti Puji Hastuti. Penulis mengucapkan banyak terimah kasih yang selalu memotivasi dan mendukungku untuk menggapai cita-citaku.*
- *Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah, puji syukur penulis sampaikan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq serta nikmat-Nya yang selalu mendengarkan do'a hamba-Nya, yang senantiasa memberikan petunjuk dalam setiap masalah dan selalu memberikan kemudahan dalam setiap kesulitan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah-satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uneversitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Sholawat dan salam senantiasa selalu diberikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa Islam sebagai pelita dalam kegelapan Jahiliyah sehingga ummatnya bisa menikmati manisnya Islam dan Iman hingga saat ini.

Alhamdulillah setelah dengan usaha, do'a dan tawakal kepada Allah SWT Akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Dengan kerndahan hati yang terdalam penulis ingin mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan, kerjasama, dorongan, semangat, bimbingan, petunjuk, dan juga nasihat dari berbagai pihak, yakni :

1. Kedua orang tua dan kakak-kakakku, ayuk-ayukku dan adikku yang sangat penulis sayangi dan cintai. Yang senantiasa mendo'akan, memberikan semangat, bimbingan dan dukungan baik berupa moril maupun material serta memberikan perhatian yang sangat besar kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

2. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, Bapak Prof. Drs. H. M Sirozi, MA,P.hD yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk kuliah di sini.
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang Bapak DR. Kusnadi, MA penulis ucapkan terima kasih atas pendidikan yang diberikan selama penulis kuliah di UIN Raden Fatah Palembang.
4. Ibu Dr. Fifi Hasmawati, SE,. M. Si,. Selaku ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.
5. Ibu Dra. Dalinur M.Nur, MM. Selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Zhila Jannati, M.Pd. Selaku Dosen Pembimbing II, penulis ucapkan terima kasih telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, nasehat serta saran selama proses penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas jasa ibu dengan pahala yang besar.
6. Umi Latifa selaku kepala Toko Zoya Palembang dan semua pihak Zoya Palembang yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian sampai skripsi ini bisa terselesaikan.
7. Teman-teman sekelas Komunikasi dan Penyiaran Islam Kelas C angkatan 2015 selama 4 tahun kuliah, semua kenangan baik suka maupun duka sudah kita lewati bersama. Terima kasih banyak semuanya.

8. Sahabat-sahabatku Annisa, Siska Anggraini S.Sos, Devina Rahmawati, Nadia Meyta S.Sos, Yetti Indriana, Yayuk Sofiani, Renita, Sella Rahma Susanti, Iwanita Triani Lumpasa, Mila, Octa Riani SE, Selly Marcelina SH. penulis banyak ucapkan terima kasih yang selalu memberikan do'a, dukungan, bantuan semangatnya tanpa kalian aku bukan siapa-siapa.

Pada skripsi ini penulis tidak dapat menyebutkan nama satu persatu, penulis dan namanya tidak bisa disebutkan satu persatu dalam kata pengantar ini, penulis hanya bisa mengucapkan terima kasih, semoga Allah SWT memberikan limpahan kebaikan dan pahala. Walaupun demikian, skripsi ini merupakan tanggung jawab penulis.

Wassalamu'alaikum Warihmatullahi Wabarokatuh.

Penulis

Rita Wulandari

NIM. 1535100094

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Kerangka Teori.....	10
G. Metode Penelitian.....	15
H. Sistematika Penulisan	18
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
A. Strategi Komunikasi Pemasaran	20
B. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	25
C. Model Komunikasi Pemasaran	27
D. Langkah-langkah Pengembangan Komunikasi Pemasaran yang Efektif.....	30
E. Teori Bauran Pemasaran 7P	31
F. Minat Beli	40

BAB III DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN.....	47
A. Gambaran Umum	37
1. Sejarah Singkat Zoya	39
2. Visi dan Misi Zoya.....	39
B. Produk Zoya	39
C. Logo Zoya	41
D. Customer Profile Zoya	42
E. Struktur/Bagan Organisasi Zoya	42
F. Toko Busana Muslim Cabang Zoya.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Hasil Penelitian	55
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Zoya untuk Menarik Minat Beli Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang	60
2. Minat Beli Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang setelah diterapkan Strategi Komunikasi Pemasaran..	66
B. Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Toko Zoya untuk Menarik Minat Beli Mahasiswa Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. Penelitian ini di dasari oleh permasalahan di kalangan Mahasiswa khususnya Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bahwa produk Zoya cukup tinggi harganya untuk dibeli atau dijangkau di kantong Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi. Rumusan Masalah penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Pemasaran Zoya cukup tinggi harganya untuk dibeli atau dijangkau di kantong Mahasiswa. Namun, dengan adanya Strategi Komunikasi Pemasaran dapat menarik Minat Beli terhadap produk yang ditawarkan melai media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Zoya untuk mengetahui Minat Beli Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Zoya dan untuk mengetahui minat beli Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Zoya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori Bauran Pemasaran 7P. penelitian ini menggunakan Analisis data Reduksi, Paparan data dan penarikan kesimpulan. Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa Minat Beli Mahasiswa terhadap produk Zoya sebagian besar sangat mengapresiasi dan menyukai produk yang ditawarkan oleh toko Zoya. Kesimpulan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa berminat untuk membeli produk yang dipasarkan Zoya karena produk yang ditawarkan telah memenuhi kebutuhan yang diharapkan Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, Minat beli.