BAURAN PEMASARAN 4P MIE GACOAN DI KOTA BEKASI

SKRIPSI

Oleh :

Alya Fitri Nur Rahmadanti

202010415241

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

BAURAN PEMASARAN 4P MIE GACOAN DI KOTA BEKASI

SKRIPSI

Oleh :

Alya Fitri Nur Rahmadanti

202010415241

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Bauran Pemasaran 4P Mie Gacoan Di Kota Bekasi
Nama Mahasiswa	: Alya Fitri Nur Rahmadanti
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202010415241
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Jakarta, 26 Desember 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing

Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si.

NIDN. 0312079501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: "Bauran Pemasaran 4P Mie Gacoan Di Kota Bekasi"
Nama Mahasiswa	: Alya Fitri Nur Rahmadanti
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202010415241
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: Selasa, 10 Desember 2024

Jakarta, 26 Desember 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : **Dr. Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom.** .....

NIDN. 0323127802

Penguji : **Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.Si** .....

NIDN. 0312079501

Sekretaris Penguji : **Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si** .....

NIDN. 0307108503

Ketua Program Studi	Dekan
Ilmu Komunikasi	Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	**Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom**
NIP. 2203551	**NIP. 1504222**

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alya Fitri Nur Rahmadanti

Npm : 202010415241

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul Bauran Pemasaran 4P Mie Gacoan Di Kota Bekasi merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya bukan plagiat dari karya ilmiah yang telah di publikasihkan sebelumnya atau ditulis orang lain. Semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya tulis dengan benar sesuai dengan pedoman dan tata cara pengutipan yang berlaku. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini, baik Sebagian maupun keseluruhan merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhdap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan aturan yang berlaku di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 26 Desember 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Alya Fitri Nur Rahmadanti

202010415241

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Alya Fitri Nur Rahmadanti, 202010415241 Bauran Pemasaran 4P Mie Gacoan Di Kota Bekasi

Peneltian ini berjudul Bauran Pemasaran 4P Mie Gacoan Di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang dikumpulkan melalui observasi ketempat Mie Gacoan Juanda Di Kota Bekasi, wawancara secara mendalam dengan pihak manager dan pelanggan Mie Gacoan Di Kota Bekasi. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Mie Gacoan Di Kota Bekasi tingkat kepuasaan konsumen, kualitas produk, harga, loyalitas pelanggan dan menggunakan strategi pemasaran bauran 4p. Strategi pemasaran merupakan aspek krusial untuk menjaga keberlangsungan usaha restoran mie. Dengan semakin banyaknya restoran mie yang bermunculan, persaingan dalam industri ini pun semakin ketat. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi strategi yang tepat demi kelangsungan restoran Mie Gacoan di Kota Bekasi.

Kata kunci : tingkat kepuasan, kualitas produk, harga loyalitas pelanggan, dan strategi pemasaran bauran 4p.

ABSTRACT

Alya Fitri Nur Rahmadanti, 202010415241 Marketing Mix 4P Mie Gacoan In Bekasi City

This research is entitled The 4P Marketing Mix of Gacoan Noodles in Bekasi City. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collected through observations at Mie Gacoan Juanda in Bekasi City, in-depth interviews with managers and customers of Mie Gacoan in Bekasi City. The results of this research show that Mie Gacoan in Bekasi City has the level of consumer satisfaction, product quality, price, customer loyalty and uses a 4p marketing mix strategy. Marketing strategy is a crucial aspect for maintaining the sustainability of the noodle restaurant business. With more and more noodle restaurants popping up, competition in this industry is getting tougher. Therefore, this research was conducted to identify the right strategy for the continuity of the Mie Gacoan restaurant in Bekasi City.

Keywords: satisfaction level, product quality, customer loyalty price, and 4p marketing mix strategy.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul Bauran Pemasaran 4P Mie Gacoan Di Kota Bekasi. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, yang telah membawa risalah islamiah sehingga kita berada pada zaman yang tercurahkan dan berkeadaban.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi ini :

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Ibu Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta nasihat selama penulis menyusun skripsi dan menempuh perkuliahan.
5. Ibu Dr. Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom. Selaku Ketua Penguji
6. Ibu Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si. Selaku Sekretariat Penguji

Dipindai dengan CamScanner

7. Bapak/Ibu dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut Ilmu di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

8. Terimakasih kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan banyak nasehat dan doa yang senantiasa kepada peneliti sebagai rasa cinta dan kasih sayang.

9. Teman-teman seperjuangan saya angkatan 2020 Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan inspirasi dan motivasi serta atas doa dan semangatnya.

Jakarta, 26 Desember 2024

Alya Fitri Nur Rahmadanti

Dipindai dengan CamScanner

Bauran Pemasaran.., Alya Fitri Nur Rahmadanti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Fokus Penelitian 6
1.3. Pertanyaan Penelitian 6
1.4. Tujuan Penelitian 6
1.5. Manfaat Penelitian 7
1.5.1. Manfaat Teoritis 7
1.5.2. Manfaat Praktis 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **8**
2.1. Penelitian Terdahulu 8
2.2. Kerangka Teoritis 11
2.2.1. Komunikasi 11
2.2.2. Proses Komunikasi 12
2.2.3. Strategi Pemasaran 13
2.2.4. Tujuan Pemasaran 13
2.2.5. Komponen Strategi Pemasaran 14

Bauran Pemasaran.., Alya Fitri Nur Rahmadanti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

1. Produk (*Product*) 14
2. Harga (*Price*) 15
3. Tempat (*Place*) 15
4. Promosi (*Promotion*) 15
2.2.6. Strategi Komuikasi Pemasaran 16
2.2.7. Loyalitas Pelanggan 17
2.2.8. Kualitas Produk 18
a. Kapisitas Operasional 20
b. Kemudahan Penggunaan 20
c. Daya Tahan Produk 20
d. Keunggulan Produk 20
e. Atribut Produk 20
2.2.9. Harga 20
2.2.10. Lokasi 21
2.2.11. Kualitas Pelayanan Dan Layanan Pada Restoran 22
1. Berwujud (*Tangible*) 22
2. Keandalaan (*Reliabilty*) 23
3. Daya Tanggap (*Responsiveness)* 23
4. Kepastian (*Assurancie*) 23
5. Empati (*Empathy*) 23
2.2.12. Pelayanan Pada Restoran Mie Gacoan 24
2.3. Minat Beli 25
2.4. Keragka Berfikir 27
BAB III METODE PENELITIAN 28
3.1. Metode Penelitian 28
3.2. Subjek Penelitian 28
3.3. Objek Penelitian 29
3.4. Key Informan 29
3.5. Informan 29
3.6. Karakteristik Informan 30
3.7. Teknik Pengumpulan Data 31

Bauran Pemasaran.., Alya Fitri Nur Rahmadanti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

1. Observasi 32
2. Wawancara 32
3.8. Teknik Analisis Data 33
a. Reduksi Data 33
b. Penyajian Data (*Data Display*) 33
c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusions Drawing)* 33
3.9. Teknik Operasional 33
3.10. Keabsahan Data 35
Triangulasi Sumber 35
3.11. Tempat dan Waktu Penelitian 35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 38
4.1. Profil Mie Gacoan 39
4.2. Makna Logo Mie Gacoan 40
4.3. Visi dan Misi Mie Gacoan 41
4.4. Vlue Perusahaan 41
4.5. Hasil Penelitian 41
4.5.1. Produk (*Product*) Mie Gacoan 42
4.5.2. Harga (*Price*) Mie Gacoan 42
4.5.3. Tempat (*Place*) Mie Gacoan 43
4.5.4. Promosi (*Promotion*) Mie Gacoan 43
4.6. Pembahasan 44
BAB V PENUTUPAN 47
5.1. Kesimpulan 47
5.2. Saran 48
5.2.1. Saran Teoritis 48
5.2.2. Saran Praktis 48
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Bauran Pemasaran.., Alya Fitri Nur Rahmadanti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu 8
Tabel 2. Data Informan 30
Tabel 3. Karakteristik Informan 30
Tabel 4. Tempat dan waktu Penelitian 35

Bauran Pemasaran.., Alya Fitri Nur Rahmadanti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Menu-menu Mie Gacoan 6
Gambar 1.2. Bauran Pemasaran 4P 16
Gambar 1.3. Logo Mie Gacoan 40
Gambar 1.4. Lokasi Mie Gacoan 41

Bauran Pemasaran.., Alya Fitri Nur Rahmadanti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Berfikir 27

Bauran Pemasaran.., Alya Fitri Nur Rahmadanti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Mahasiswa

Lampiran 2. Transkrip Wawancara

Lampiran 3. Reduksi Data

Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara

Lampiran 5. Kartu Bimbigan

Lampiran 6. Form Perbaikan

Bauran Pemasaran.., Alya Fitri Nur Rahmadanti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025