

**STRATEGI MARKETING PCC MALL PONOROGO UNTUK
MEMBANGUN KEPERCAYAAN PENGUNJUNG DI MASA PANDEMI
COVID 19**

SKRIPSI



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

TAHUN 2022

HALAMAN LOGO



**STRATEGI MARKETING PCC MALL PONOROGO UNTUK
MEMBANGUN KEPERCAYAAN PENGUNJUNG DI MASA PANDEMI
COVID 19**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
TAHUN 2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Sri Widiastuti/18240676 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 30 Juni 2022

Pembimbing I

Pembimbing II


Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN. 0724048604


Eli Purwati, S.Sos.,M.I.Kom
NIDN. 0702088201

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Sri Widiaستuti ini,

Telah dipertahankan didepan pengaji

Pada hari : Selasa

Tanggal : 12 Juli 2022

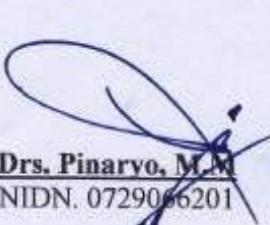
Pukul : 11.00-12.00

DEWAN PENGUJI

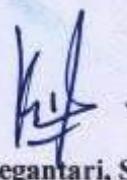
Pengaji I

Pengaji II

Pengaji III


Drs. Pinarvo, M.M.
NIDN. 0729066201


Eli Purwati, S.Sos.,M.I.Kom
NIDN. 0702088201


Krisna Megantari, S.Sos.,M.A
NIDN. 0724048604

Mengetahui,

Dekan




Ayub Dwi Anggoro Ph.D
NIK. 19860325 201309 12

MOTTO

“Terima dirimu sendiri, baik dan buruknya. Bahagiakan dirimu dahulu, sebelum berpikir untuk membahagiakan orang lain.”

(APO NATTAWIN W)

“There are no one heroes in this world”

(PETE PHONGSAKORN S)

“Freedom of Speech bukan berarti Anda bisa berbicara apa pun”

(ALISSAYA TSOI)

“Saat naik harus dengan Rendah Hati. Ketika turun juga dengan kerja keras,
jangan dikucilkan.”

(FAJAR ALFIAN)

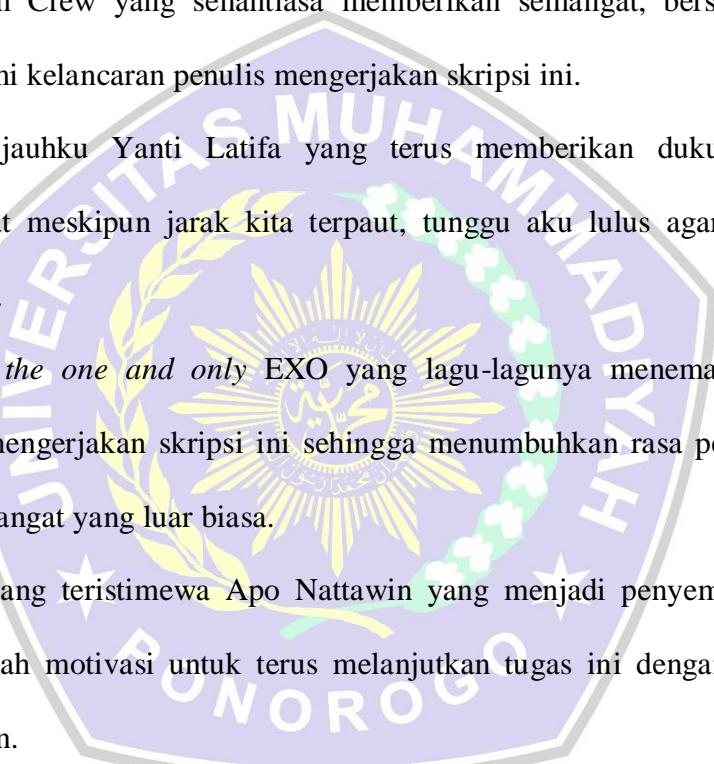
“Ketidaksempurnaan manusia, adalah definisi Kesempurnaan itu sendiri”.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama dan yang paling utama, penulis haturkan rasa puji syukur atas rahmat dan karunia Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Mamak dan Bapak yang senantiasa memberikan doa dan dukungan yang tiada henti, pelukan hangat dan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Mas Naryo, Mas Dani, Mbak Iin, Mbak Irma serta adikku Arifin tak lupa kedua ponakanku Faiz dan Keishya yang juga memberikan dukungan moril dan materil serta doa yang tiada henti sehingga menjadi penyemangat untuk terus melanjutkan tugas ini.
3. Para penghuni kos, Candra, Riska, Fitri dan Della yang senantiasa sabar mendengarkan keluh kesahku.
4. Iin yang cantik dan Mbak Yuni yang sudah bersedia membantuku penelitian. Love you guys.
5. Dosen pembimbing yang paling sabar, Bu Krisna Megantari yang telah membimbing, memberikan masukan, saran, bantuan, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas skripsi ini dengan baik.
6. Mbak Helmy yang bersedia membantu menemani penulis mengerjakan skripsi dan menjadi teman berbagi pendapat yang luar biasa.
7. Bapak Irfan Nainggolan yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk melakukan wawancara sehingga skripsi ini bisa terlaksana dengan baik.

- 
8. Seluruh narasumber yang bersedia meluangkan waktu untuk melakukan wawancara sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
 9. Mas Feri dan Mbak Putri selaku atasan yang memberikan kelonggaran dan bantuan moril yang luar biasa kepada penulis sehingga skripsi ini bisa berjalan lancar
 10. Warpram Crew yang senantiasa memberikan semangat, bersedia tukar shift demi kelancaran penulis mengerjakan skripsi ini.
 11. Teman jauhku Yanti Latifa yang terus memberikan dukungan dan semangat meskipun jarak kita terpaut, tunggu aku lulus agar kita bisa bertemu.
 12. Kepada *the one and only* EXO yang lagu-lagunya menemani penulis dalam mengerjakan skripsi ini sehingga menumbuhkan rasa percaya diri dan semangat yang luar biasa.
 13. Untuk yang teristimewa Apo Nattawin yang menjadi penyemangat dan menambah motivasi untuk terus melanjutkan tugas ini dengan berbagai rintangan.
 14. Juga terima kasih kepada aku, diri sendiri yang terus berjuang tanpa lelah, meski banyak airmata dan darah, tapi tidak menyerah dan terus melangkah.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sri Widiastuti

Alamat : Rt 02 Rw 01 Dusun Gunting Desa Tapak Kecamatan
Panekan Kabupaten Magetan

No Identitas (NIM) : 18240676

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul : Strategi Marketing PCC Mall Ponorogo Untuk Membangun Kepercayaan Pengunjung di Masa Pandemi Covid 19 adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini sudah sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan dengan integritas penuh.

Ponorogo, 3 Agustus 2022

Penulis



Sri Widiastuti

KATA PENGANTAR

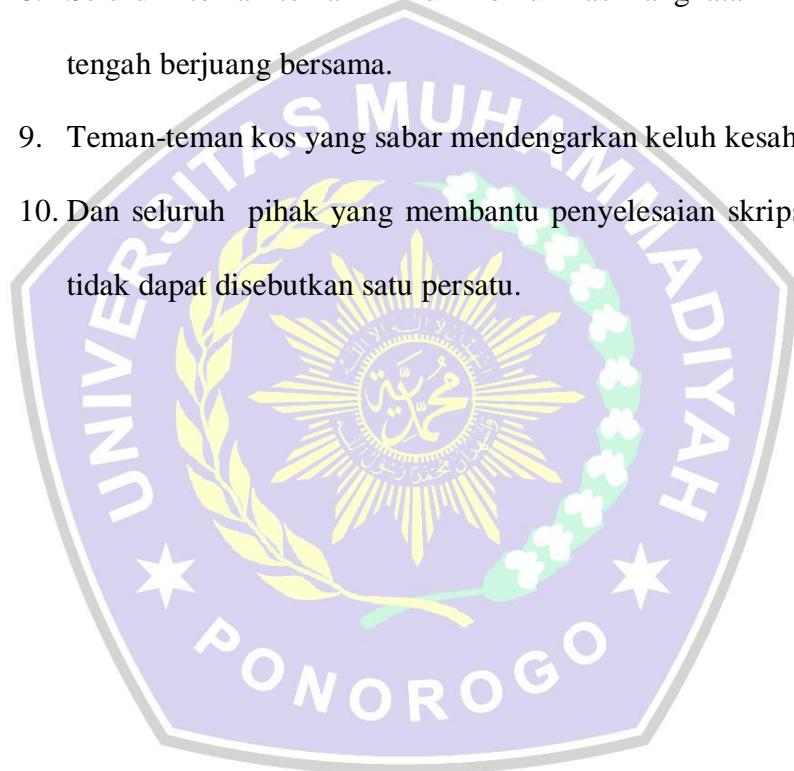
Puji syukur, penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ STRATEGI MARKETING PCC MALL PONOROGO UNTUK MEMBANGUN KEPERCAYAAN PENGUNJUNG DI MASA PANDEMI COVID-19”.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran, maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat, penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, M.A selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilm Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Krisna Megantari, M.A selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dan juga bantuan yang tidak henti-hentinya.
4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan dan bimbingan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak Irfan Nainggolan yang telah memberikan izin saya penelitian di PCC Mall Ponorogo
6. Bapak Suwarno dan Ibu Kaminem selaku orang tua yang memberikan dukungan moril, materil, dan semangat yang tiada hentinya.
7. Seluruh keluarga besar yang juga memberikan doa dan dukungan.
8. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang tengah berjuang bersama.
9. Teman-teman kos yang sabar mendengarkan keluh kesah penulis.
10. Dan seluruh pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.



DAFTAR ISI

HALAMAN COVER

HALAMAN LOGO i

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN PERSETUJUAN iii

HALAMAN PENGESAHAN iv

MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR ix

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xv

ABSTRAK xvi

ABSTRACT xvii

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 4

C. Tujuan Penulisan 4

D. Manfaat 5

BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
A. KAJIAN TEORI.....	6
B. Kerangka pemikiran.....	23
BAB III	24
METODOLOGI PENELITIAN	24
A. Jenis penulisan	24
B. Subyek dan objek penulisan.....	24
C. Data dan sumber data	24
DAFTAR NARASUMBER.....	25
D. Teknik sampling	25
E. Teknik pengumpulan data	26
F. Teknik analisis data.....	27
BAB IV	30
PEMBAHASAN.....	30
A. Gambaran Umum Perusahaan	30
A. Susunan Organisasi PCC Mall	31
B. Hasil Penelitian	32

D. Analisis Pembahasan	62
BAB V.....	66
PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN GAMBAR	71



DAFTAR TABEL

Tabel. 1 Daftar Narasumber	25
Tabel. 2 Struktur Organisasi PCC Mall	31



DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Contoh brosur pemberitahuan harga.....	39
Gambar. 2 Lahan Parkir PCC Mall	41
Gambar. 3 Fasilitas kamar mandi di PCC Mall.....	42
Gambar. 4 event body contest di PCC Mall	45
Gambar. 5 Akun instagram PCC Mall	46
Gambar. 6 Beberapa postingan di instagram PCC Mall	47
Gambar. 7 Panduan protokol kesehatan di PCC Mall	48
Gambar. 8 Scan barcode peduli lindung di PCC Mall	49
Gambar. 9 Toko yang kosong.....	51
Gambar. 10 Food Court yang kosong	53
Gambar. 11 Event Rumah BUMN	54
Gambar. 12 Wawancara dengan Manajer PCC Mall	71
Gambar. 13 Wawancara dengan Pengunjung	72
Gambar. 14 Wawancara dengan Pengunjung	72
Gambar. 15 Wawancara dengan pengunjung	73

ABSTRAK

STRATEGI MARKETING PCC MALL PONOROGO UNTUK MEMBANGUN KEPERCAYAAN PENGUNJUNG DI MASA PANDEMI COVID 19

**Sri Widiastuti
18240676**

Skripsi ini berjudul Strategi Marketing PCC Mall Ponorogo Untuk Membangun Kepercayaan Pengunjung di Masa Pandemi Covid 19. Pandemi Covid 19 memberikan dampak yang laur biasa kepada setiap elemen kehidupan, terutama ekonomi. Satu-satunya mall yang ada di Ponorogo ini juga ikut terdampak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi marketing yang diterapkan Mall PCC untuk meningkatkan jumlah pengunjung dimasa pandemi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan suatu keadaan yang objektif berdasarkan fakta-fakta yang ada dengan cara mengambil kesimpulan umum. Teknik pengumpulan data yang digunakan ada 3 yaitu observasi yang berarto mengamati secara langsung kondisi objek penulisan, wawancara adalah proses yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari narasumber serta metode dokumentasi dengan mengumpulkan beberapa hak yang berkaitan dengan penelitian baik dari buku, jurnal maupun catatan ilmiah. Narasumber dalam penelitian ini adalah General Manajer dari PCC Mall dan juga 15 pengunjung. Penelitian ini menggunakan teori Marketing Mix 9P oleh Lupiyoadi dan Hamdani kemudian disempurnakan oleh Fandy Tjiptono. Marketing Mix 9P meliputi Product, Price, Place, Promotion, Process, People, Physical Evidence, Public Relation, Power. Dari proses penelitian yang telah dilakukan, manajemen Mall PCC dalam penerapan strategi marketing ada 3 poin yang kurang maksimal yakni dalam Price, Place, dan Promotion.

Kata Kunci : Strategi Marketing, Perilaku Konsumen, PCC Mall.

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY FOR PCC MALL PONOROGO TO BUILD VISITORS' TRUST DURING THE COVID 19 PANDEMIC

**Sri Widiastuti
18240676**

This thesis is entitled Marketing Strategy for PCC Mall Ponorogo To Build Visitors' Trust During the Covid 19 Pandemic. The Covid 19 pandemic has had a tremendous impact on every element of life, especially the economy. The only mall in Ponorogo was also affected. The purpose of this study was to find out how the marketing strategy applied by PCC Mall was to increase the number of visitors during the pandemic. This study uses qualitative research methods, namely research that describes an objective situation based on existing facts by drawing general conclusions. There are 3 data collection techniques used, namely observation which means observing directly the condition of the object of writing, interviewing is the process used to obtain information from sources and the documentation method by collecting several rights related to research from books, journals and scientific notes. The resource persons in this study were the General Manager of PCC Mall and also 15 visitors. This study uses the 9P Marketing Mix theory by Lupiyoadi and Hamdani and then refined by Fandy Tjiptono. Marketing Mix 9P includes Product, Price, Place, Promotion, Process, People, Physical Evidence, Public Relations, Power. From the research process that has been carried out, PCC Mall management in implementing marketing strategies there are 3 points that are less than optimal, namely in Price, Place, and Promotion.

Keywords: Marketing Strategy, Consumer Behavior, PCC Mall.