



**Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Pengunjung  
pada Event Marketing di Solo Paragon Lifestyle Mall**

**Tugas Akhir**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Diploma III**

**Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun :**

**Nama : Fikar Rizky Amrullah**

**NIM : 14020314090050**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2017**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fikar Rizky Amrullah  
NIM : 14020314090050  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan : D-III Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya susun dengan judul:

**“STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME  
PENGUNJUNG PADA EVENT MARKETING DI SOLO PARAGON  
LIFESTYLE MALL”**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelarnya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Juni 2017  
Pembuat Pernyataan,

Fikar Rizky Amrullah  
NIM. 14020314090050

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume  
Pengunjung Pada Event Marketing Di Solo Paragon  
Lifestyle Mall (Studi Kasus Pada PT. Sunindo Gapura  
Prima)

Nama : Fikar Rizky Amrullah

NIM : 14020314090050

Program Studi : D-III Manajemen Pemasaran

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan  
Diploma III pada Departemen Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, Juni 2017

Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Sunarto, M. Si

Dr. Hedi Pudjo Santosa, M. Si

NIP. 19660727.199203.1.001

NIP. 19610510.198902.1.002

### **Dosen Pembimbing**

1. Sendhang Nurseto, S.Sos, M.AB

NIP. 19811010.200604.1.001

(.....)

### **Dosen Penguji**

1. Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si, Akt.

NIP. 19870905.201404.2.002

(.....)

2. Sendhang Nurseto, S.Sos, M.AB

NIP. 19811010.200604.1.001

(.....)

## MOTTO

*“ Sesuatu yang besar berawal dari mimpi yang besar,  
Maka bangun dan wujudkanlah ”*

*“ Dream Create Work Inspire ”*

*“ Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan,  
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”*

(QS. Asy-Syarah : 5 - 6)

*“ Ketika orang - orang berusaha menjatuhkanmu itu  
Berarti kamu berada diatas mereka”*

*“ Dont try to be perfect, just do your best ”*

## **PERSEMBAHAN**

Karyaku ini akan aku persembahkan pada orang - orang yang paling aku cintai dan aku sayangi yang telah meberikan segala - galanya agar aku dapat berguna bagi agama, keluarga, dan masyarakat selama ini, mereka adalah

Untuk Ayah Karim Amrullah dan Ibunda tercinta Suparsiwi, karena merekalah yang telah mendidik, menyemangati, mendoakan, membiayai kehidupanku, dan membesarkan saat ini. Juga kakaku Fadel Muhammad A. dan keluargaku dirumah yang selalu memberiku semangat dan doa

## ABSTRAKSI

Judul : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume  
Pengunjung Pada Event Marketing Di Solo Paragon  
Lifestyle Mall (Studi Kasus Pada PT. Sunindo Gapura  
Prima)

Nama : Fikar Rizky Amrullah

NIM : 14020314090050

Program Studi : D-III Manajemen Pemasaran

---

Berdirinya pusat perbelanjaan atau yang sering disebut mall merupakan dampak dari majunya zaman, teknologi dan berkembangnya suatu daerah. Mall kini telah menjadi identitas untuk meningkatkan status sosial. Penelitian ini dimulai dari fenomena tentang maraknya mall yang ada di Soloraya. Dalam penelitian ini membahas tentang strategi yang ditempuh *management* Solo Paragon Lifestyle Mall guna meningkatkan jumlah pengunjung. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan volume pengunjung dalam *event marketing* di Solo Paragon Lifestyle Mall dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan juga factor - faktor kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang timbul. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Pengumpulan data melalui wawancara dengan 4 informan (yaitu Chief Marcomm, Public Relations, Event and Exhibition Office dan Spv. Communication), dokumentasi dan observasi non partisipan. Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran dari Solo Paragon Lifestyle Mall yang mengacu pada beberapa elemen Strategi Pemasaran. Element tersebut ialah event, periklanan, promosi penjualan, public relations, personal selling dan direct marketing. Serta dengan menggunakan analisis SWOT, dapat didasarkan pada logika yang bisa memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Komunikasi Pemasaran

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat dan BerkatNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan lancar.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan baik dari segi penulisan, bahasa pengetahuan dan pengalaman. Namun berkat keuletan, ketekunan dan keinginan penulis , maka penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Untuk itu dalam penulisan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Agung Budiatmo,S.Sos,MM selaku Ketua Jurusan Program Studi DIII – Manajemen Pemasaran Universitas Diponegoro.
2. Sendhang Nurseto, S.Sos, M.AB selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan motivasi dan pengarahan serta bimbingan kepada penulis.
3. Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si, Akt. Selaku Dosen Wali yang sudah memperlancar dan memberi pengarahan serta bimbingan kepada penulis,
4. Aji Budi Saputro selaku Marketing Communication Supervisor di PT. Sunindo Gapura Prima (Solo Paragon Lifestyle Mall) yang membantu penulis selama penelitian Tugas Akhir berlangsung,
5. Seluruh Staf PT. Sunindo Gapura Prima (Solo Paragon Lifestyle Mall) yang telah membantu penulis selama dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir berlangsung,

6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Diponegoro Semarang yang senantiasa dengan tulus ikhlas memberikan ilmunya dalam perkuliahan,
7. Ayah dan ibu serta kakak penulis tercinta yang tiada henti - hentinya mendoakan dan memotivasi sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan lancar,
8. Teman - teman seperjuangan Manajemen Pemasaran Fakultas Undip 2014 yang selalu mengisi hari - hari penulis dan membantu menyelesaikan tugas akhir ini, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu - satu yang membantu menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.

Atas segala bantuan dan bimbingan serta kerjasama yang baik yang telah diberikan selama menyelesaikan Tugas Akhir, maka penulis mengucapkan terimakasih dan hanya dapat memanjatkan doa semoga kebaikan tersebut dibalas oleh Allah Yang Maha Kuasa.

Akhir kata penulis berharap agar upaya ini dapat mencapai maksud yang diinginkan dan dapat menjadi tulisan yang berguna bagi semua pihak.

Sekian dan Terimakasih.

Surakarta , 15 Juni 2017

Penulis ,

Fikar Rizky Amrullah



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.5. Landasan Teori .....	9
1.5.1. Pemasaran .....	9
1.5.2. Konsep Strategi Pemasaran .....	16
1.5.3. Bauran Komunikasi Pemasaran .....	20
1.5.4. Minat Pengunjung .....	22
1.5.5. Pengunjung .....	31
1.5.6. <i>Event Marketing</i> .....	32
1.6. Metode Penelitian .....	33

1.6.1. Tipe Penelitian .....	34
1.6.2. Jenis Data .....	34
1.6.3. Sumber Data .....	34
1.6.4. Teknik Pengumpulan Data .....	35
1.6.5. Metode Analisis Data .....	36
 <b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
2.1. Profil Singkat Solo Paragon Lifestyle Mall .....	37
2.2. Visi Misi Solo Paragon Lifestyle Mall .....	39
2.2.1. Visi .....	39
2.2.2. Misi .....	39
2.3. Ruang Lingkup Perusahaan .....	40
2.4. Logo dan Tagline Perusahaan .....	40
2.5. Struktur Organisasi Solo Paragon Lifestyle Mall .....	41
 <b>BAB III STRATEGI PEMASARANUNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENGUNJUNG PADA EVENT MARKETING DI SOLO PARAGON LIFESTYLE MALL</b>	
3.1. <i>Event</i> Solo Paragon Lifestyle Mall .....	46
3.1.1. Jenis - Jenis <i>Event</i> .....	46
3.1.2. Tujuan Diadakannya <i>Event</i> .....	47
3.2. Analisis SWOT Solo Paragon Lifestyle Mall .....	48
3.3. Strategi Pemasaran pada <i>Event Marketing</i> di Solo Paragon Mall .....	48
3.3.1. Strategi Produk .....	49
3.3.1.1. Hambatan / Kendala .....	51
3.3.1.2. Solusi .....	51

3.3.2. Strategi Tempat .....	52
3.3.2.1. Hambatan / Kendala .....	54
3.3.2.2. Solusi .....	54
3.3.3. Strategi Harga .....	55
3.3.3.1. Hambatan / Kendala .....	55
3.3.3.2. Solusi .....	55
3.3.4. Strategi Promosi .....	56
3.3.4.1. Hambatan / Kendala .....	61
3.3.4.2. Solusi .....	62
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
4.1. Kesimpulan .....	63
4.2. Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	66
<b>LAMPIRAN</b> .....	68

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Target Pengunjung dalam Setiap Kegiatan <i>Event Marketing</i> di Solo Paragon Lifestyle Mall pada bulan Desember 2016 .....	6
---	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Proses Pertukaran Barang .....	12
Gambar 1.2. Konsep Pemasaran .....	14
Gambar 2.1. Logo dan Tagline Perusahaan .....	40
Gambar 2.2. Struktur Organisasi Solo Paragon Lifestyle Mall .....	41
Gambar 3.1. Desain Layout Kampoeng Tiongkok .....	50
Gambar 3.2. Desain Poster Kampoeng Santa .....	50
Gambar 3.3. Desain Poster Pengisi Acara Pada Bulan Desember 2016 .....	51
Gambar 3.4. Lokasi Grand Atrium Solo Paragon Lifestyle Mall .....	53
Gambar 3.5. Lokasi Upper Ground Solo Paragon Lifestyle Mall .....	53
Gambar 3.6. Lokasi VIP Parking Outdoor Solo Paragon Lifestyle Mall .....	54
Gambar 3.7. Liputan dari pihak TATV .....	57
Gambar 3.8. Pemasangan Iklan di Baliho .....	57
Gambar 3.9. Contoh Voucher Belanja yang Diberikan ke Pengunjung .....	58
Gambar 3.10. Contoh <i>Merchandise</i> yang Diberikan ke Pengunjung .....	58
Gambar 3.11. Konferensi Pers .....	60
Gambar 3.12. <i>Priority Card</i> Solo Paragon Lifestyle Mall .....	60