

**Strategi Komunikasi Pemasaran *Brand* Apple Pada Toko
Vanilla Iphone di Kota Kediri dalam Meningkatkan Minat
Konsumen**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Dalam Pembuatan Skripsi Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Disusun Oleh:

ALIF KURNIAWAN

9.335.021.18

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI & PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN & DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
2024**

**Strategi Komunikasi Pemasaran *Brand* Apple Pada Toko
Vanilla Iphone di Kota Kediri dalam Meningkatkan Minat
Konsumen**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Menyelesaikan Program Sarjana

OLEH

ALIF KURNIAWAN

9.335.021.18

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**Strategi Komunikasi Pemasaran *Brand* Apple Pada Toko
Vanilla Iphone di Kota Kediri dalam Meningkatkan Minat
Konsumen**

ALIF KURNIAWAN

9.335.021.18

Disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Prilani, M.Si
NIP. 197804212005011002

Pembimbing II



Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si
NIP.198010142009122002

NOTA DINAS

Kediri, 25 Februari 2024

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
di
Jalan Sunan Ampel 07 - Ngronggo Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk bimbingan penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Alif Kurniawan
NIM : 9.335.021.18
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
BRAND APPLE PADA TOKO VANILLA
IPHONE DI KOTA KEDIRI DALAM
MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN

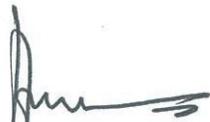
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Prilani, M.Si
NIP. 197804212005011002

Pembimbing II



Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si
NIP.198010142009122002

NOTA BIMBINGAN

Kediri, 29 Agustus 2024

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
di
Jalan Sunan Ampel 07 - Ngronggo Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk bimbingan
penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Alif Kurniawan
NIM : 933.5021.18
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
BRAND APPLE PADA TOKO VANILLA
IPHONE DI KOTA KEDIRI DALAM
MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapa
petunjuk dan tuntunan yang diberikan dalam Sidang Munaqasah yang
dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 29 Agustus 2024 kami dapat
menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Prilani, M.Si
NIP. 197804212005011002

Pembimbing II



Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si
NIP.198010142009122002

HALAMAN PENGESAHAN

**Strategi Komunikasi Pemasaran *Brand* Apple Pada Toko
Vanilla Iphone di Kota Kediri dalam Meningkatkan Minat
Konsumen**

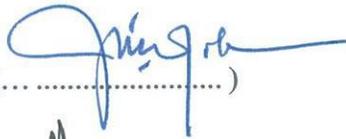
ALIF KURNIAWAN
933.5021.18

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Kediri pada tanggal 29 Agustus 2024

Tim Penguji,

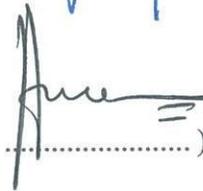
1. Penguji Utama

Dr. Hj. Robingatun, M. Pd.I
NIP. 197506132003121004


(.....)

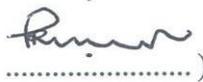
2. Penguji I

Dr. Prilani, M.Si
NIP. 197804212005011002


(.....)

3. Penguji II

Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si
NIP. 198010142009122002


(.....)



Kediri, 30 Agustus 2024
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah


Dr. H.A. Halil Thahir, M.H.I.
NIP. 197111212005011006

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ALIF KURNIAWAN

NIM : 9.335.021.18

Prodi Studi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Fakultas : USHULUDDIN DAN DAKWAH

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 20 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



ALIF KURNIAWAN
NIM. 9.335.021.18

MOTTO

“Salah satu cara melakukan pekerjaan yang hebat adalah dengan mencintai apa yang kamu lakukan”

(Steve Jobs CEO Apple)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan menghaturkan puji syukur kepada Allah SWT sang maha pemilik kemuliaan, atas rahmat serta kurnia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kepada junjungan kita nabi agung Muhammad SAW beserta keluarga nabi yang telah memberikan syafaat kepada kita semua, dan semoga syafaatnya kelak membawa yang terang benderang bagi umat Islam, Aamiin.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, baik dukungan, dorongan maupun doa yang telah diberikan kepada penulis. Ucapan terima kasih kupersembahkan untuk:

1. Keluarga orang tua tersayang Bapak Famuji dan Ibu Umi Salamah dan saudara laki-laki saya yang sudah menyayangi dan mendoakan saya dengan ikhlas, yang selalu memberi semangat, yang selalu mensupport dan selalu memberi dukungan baik secara lahir maupun batin sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Prilani, M.Si dan Ibu Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si selaku dosen pembimbing yang rela memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama menyelesaikan skripsi ini.

3. Dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, khususnya Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kediri, yang telah membimbing selama menjadi mahasiswa IAIN Kediri.
4. Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan motivasi dan kata-kata untuk selalu semangat.

Untuk semua pihak tersebut

Teriring do'a *alhamdulillah jazzakumullohu khoiro'*, Aamiin

ABSTRAK

Alif Kurniawan, Dosen Pembimbing Dr. Prilani, M.Si dan Prima Ayu Rizki M, M.Si., Strategi Komunikasi Pemasaran *Brand Apple* Pada Toko Vanilla Iphone di Kota Kediri Dalam Meningkatkan Minat Konsumen, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri 2024

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Minat Konsumen

Strategi komunikasi pemasaran dibutuhkan agar dapat menjual puluhan produk *handphone* perminggunya, diantaranya adalah dengan melakukan langkah promosi di *Instagram* dengan melakukan *review* produk-produk Iphone setiap harinya untuk menjelaskan harga dan kualitas produk tersebut, melakukan langkah promosi dengan *paid promote* dengan membayar artis yang terkenal di Instagram, memberikan bukti-bukti testimonial pembelian agar konsumen yang berada di luar kota dapat percaya kepada Iphone Vanilla Kediri untuk membeli produk *handphonenya*, dengan memberikan promo *cashback* untuk beberapa produk Iphone tertentu. Strategi pemasaran di *Instagram* tersebut pada awalnya tidak mudah karena Iphone Vanilla Kediri harus promosi yang cukup banyak agar dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli Iphone.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus, dengan menggunakan metode pengumpulan data teknik wawancara mendalam, observasi langsung dan dokumentasi. Untuk menguji kredibilitas data digunakan metode strategi pemasaran dengan menentukan 4P yaitu produk, *price*, *place*, *promotion*. Serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran. Teknik wawancara menggunakan *interview guide* dan observasi *no participant*. Dalam penelitian menggunakan konsep komunikasi pemasaran.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Periklanan (*Advertising*) dalam melakukan periklanan ini yang terkait dengan strategi komunikasi pemasaran yang di lakukan oleh para marketing dan dalam meningkatkan penjualan Iphone adalah melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook. (2) Promosi penjualan (*Sales Promotion*) dalam praktik strategi promosi penjualan marketing yang dilakukan oleh Vanilla Iphone Kediri mempunyai beberapa strategi promosi penjualan yakni melalui media sosial Instagram dan Facebook. (3) Publikasi dan Hubungan Masyarakat, Program pemasaran melalui hubungan masyarakat yang di lakukan oleh Vanilla Iphone Kediri dalam upaya menjaga kerjasama yang baik dengan perusahaan untuk mendapatkan citra positif terhadap perusahaan. (4) *Giveaway* (memberikan hadiah), dalam pemasarannya Vanilla Iphone Kediri.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Ucapan Alhamdulillah peneliti haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat yang senantiasa terhaturkan untuk Nabi Muhammad SAW hingga penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran *Brand Apple* Pada Toko Vanilla Iphone di Kota Kediri Dalam Meningkatkan Minat Konsumen” dapat terselesaikan sebagai sebuah pemenuhan persyaratan dalam menyelesaikan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam tingkat strata satu (S-I). Peneliti juga mengucapkan kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan hingga dapat diselesaikannya penelitian ini. Oleh sebab itu, peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Wahidul Anam, M. Ag sebagai Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
2. Dr. H. A. Halil Thahir, M.H.I. sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
3. Siti Amanah, M.Si sebagai Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
4. Dr. Prilani, M.Si selaku dosen pembimbing I, yang telah berkenan meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan arahan

hingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan motivasi, memberikan arahan, hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
7. Seluruh staff perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
8. Para informasi yang telah membantu kelancaran penelitian ini serta memberikan data-data sesuai dengan kebutuhan peneliti dalam melakukan penelitian dan melengkapi data penelitian
9. Teman-teman jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dan pengurus Pesantren Walibarokah serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT, Amiin.

Kediri, 12 Agustus 2024

Alif Kurniawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
NOTA BIMBINGAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	16
C. Tujuan Penelitan	16
D. Kegunaan Penelitian	16
E. Telaaah Pustaka.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	24
A. Teori Strategi	24
1. Pengertian Strategi.....	24
2. Jenis-Jenis Strategi.....	25
B. Teori Komunikasi Pemasaran	27
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	27

2.	Fungsi Komunikasi Pemasaran.....	32
3.	Komunikasi Pemasaran Terpadu	35
C.	Teori Minat Konsumen	39
1.	Definisi Minat Konsumen.....	39
2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen	40
3.	Indikator Minat Konsumen.....	42
D.	Teori Iphone.....	44
	BAB III METODE PENELITIAN	46
A.	Pendekatan Penelitian	46
B.	Kehadiran Peneliti.....	46
C.	Lokasi Penelitian.....	47
D.	Sumber Data.....	47
E.	Metode Pengumpulan Data.....	48
F.	Analisis Data.....	50
G.	Pengecekan dan Keabsahan Data.....	51
H.	Tahap-tahap Penelitian.....	52
	BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	53
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	53
1.	Sejarah Vanilla Iphone Kediri	53
2.	Visi Misi Vanilla Iphone Kediri	43
3.	Profil Akun Media Sosial Vanilla Iphone Kediri	55
B.	Strategi Komunikasi Pemasaran Brand <i>Iphone</i> pada Toko Vanilla Iphone Kediri dalam Menarik Minat Konsumen	55
C.	Temuan Penelitian	70
	BAB V PEMBAHASAN	55
A.	Strategi Komunikasi Pemasaran Brand <i>Iphone</i> pada Toko Vanilla Iphone Kediri dalam Menarik Minat Konsumen	72

BAB VI PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Toko Iphone Vanilla Kediri.....	5
Tabel 1.2	Pesaing Toko Iphone Vanilla Kediri.....	6
Tabel 1.3	Penjualan Toko Iphone Vanilla Kediri.....	8
Tabel 1.4	Strategi Toko Iphone Vanilla Kediri.....	10

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Instagram Iphone Vanilla Kediri	3
Gambar 4.1	Profil Akun Media Sosial Vanilla Iphone Kediri	55