

**STRATEGI PROMOSI PENJUALAN DALAM MEMBANGUN
*BRAND AWARENESS***

(Studi Pada PT GMK-Kaos Polos Hoodie Costum Kota Kediri)

SKRIPSI



Oleh:

ANNISA WARDAH SHOLIAH

22401191

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

2025

HALAMAN JUDUL

STRATEGI PROMOSI PENJUALAN DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

(Studi Pada PT GMK- Kaos Polos Hoodie Costum Kota Kediri)

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program sarjana

Disusun Oleh:

Annisa Wardah Sholihah

22401191

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN
STRATEGI PROMOSI PENJUALAN DALAM MEMBANGUN *BRAND*
AWARENESS
(Studi Kasus PT GMK- Kaos Polos Hoodie Costum Kota Kediri)

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program sarjana

Oleh:

Annisa Wardah Sholihah

NIM. 22401191

Skripsi oleh Annisa Wardah Sholihah ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Pembimbing I



Amrul Mutaqin, M.EI

NIP. 197605072008011013

Pembimbing II



Sidanatul Janah, M.H.

NIP. 199303162019032010

NOTA DINAS

Kediri, 25 Maret 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri
Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Memenuhi Permintaan Dekan untuk membimbing penyusun skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Annisa Wardah Sholihah

Nim : 22401191

Judul : "STRATEGI PROMOSI PENJUALAN DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS (Studi Kasus PT GMK- Kaos Polos Hoodie Costum Kota Kediri)"

Setelah di perbaiki materi dan susunannya, kami sependapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1). Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diajukan Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum, atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kediri, 24 Maret 2026

Dosen Pembimbing 1



Amrul Mutaqin, M.EI

NIP. 197605072008011013

Kediri, 24 Maret 2026

Dosen Pembimbing 2



Sidanatul Janah, M.H.

NIP. 199303162019032010

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 25 Maret 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri
Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Memenuhi Permintaan Dekan untuk membimbing penyusun skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Annisa Wardah Sholihah

Nim : 22401191

Judul : "STRATEGI PROMOSI PENJUALAN DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS (Studi Kasus PT GMK- Kaos Polos Hoodie Costum Kota Kediri)"

Setelah di perbaiki materi dan susunannya, kami sependapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1). Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diajukan Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum, atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kediri, 24 Maret 2026

Dosen Pembimbing 1



Amrul Mutaqin, M.EI

NIP. 197605072008011013

Kediri, 24 Maret 2026

Dosen Pembimbing 2



Sidanatul Janah, M.H.

NIP. 199303162019032010

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI PROMOSI PENJUALAN DALAM MEMBANGUN *BRAND*
AWARANESS
(Studi Kasus PT GMK-Kaos Polos Hoodie Costum Kota Kediri)

Annisa Wardah Sholihah

22401191

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri Pada Tanggal 19 Juni 2026

Tim Penguji

1. Penguji Utama
Akhmad Jazuli Afandi, Lc, M.Fil.I
NIP. 198507152019031003
2. Penguji I
Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, M.E.I
NIP. 199010202019031006
3. Penguji II
Sidanatul Janah, M.H
NIP. 199303162019032010

(.....)
(.....)
(.....)

Kediri, 14 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri



Dr. H. Luram Annas Mushlihah, M.H.I.

NIP. 197501011998031002

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah Ayat 5)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan rasa Syukur dan segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Strategi Promosi Penjualan dalam Membangun *Brand Awareness* (Studi Kasus PT GMK- Kaos Polos Hoodie Costum Kota Kediri)”. Sholawat serta salam selalu penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi Syariah.

Penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa ada bantuan, bimbingan, motivasi dan doa dari berbagai pihak, baik berupa materi maupun spiritual, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. H. Wahidul Anam, M.Ag. selaku Rektor UIN Kediri.
2. Bapak Amrul Mutaqin, M.EI dan Ibu Sidanatul Janah, M.H. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluang waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, dan saran serta membuat penulis selalu bersemangat dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Imam Annas Muslih, M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kediri, beserta Bapak dan Ibu dosen staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Nuril Hidayati, S.Fil.I, M.Hum. selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah, beserta Bapak dan Ibu dosen staff program studi Ekonomi Syariah.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan sehingga tercipta kerangka pikir dalam penulisan skripsi.
6. Kedua orang tua dan keluarga besar saya terutama kakak-kakak saya yang sudah mendukung baik moril dan materil serta doa yang selalu diberikan sehingga skripsi ini terselesaikan.
7. Kepada pasangan, sahabat dan semua pihak yang telah berperan dalam penyelesaian tugas akhir saya.

8. Mas Galih NurCahyo selaku kepala toko PT Garuda Maxima Kanaka dan juga pada semua staff yang telah memberikan izin dan membantu penulis untuk melakukan penelitian demi kelancaran penyusunan skripsi ini.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ucapan Syukur yang tiada henti atas kehadiran dan karunia Allah Yang Maha Esa,

Penulis mempersembahkan Skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Setyo Darmono dan Ibu Titik Nurhidayati yang telah memberikan segala doa dan dukungan baik materi maupun non materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Kakak saya Mas Rizki dan Mas Iqbal yang selalu memberikan dukungan semangat baik berupa materi dan non materi.
3. Keluarga Besar dan sahabat-sahabatku yang telah menemani dan memberikan dukungan, semangat, serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kedua sahabat saya Rania dan Lidya yang telah menemani baik suka maupun duka saya dari bangku awal perkuliahan.
5. Seseorang paling Spesial yang selalu menemani saya dan memberikan dukungan, semangat serta motivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan dan ketulusan kalian di terima dan di balas oleh Allah.

jazakumullah Ahsanul Jaza'

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Wardah Sholihah

NIM : 22401191

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa tulisan yang berbentuk skripsi ini saya tulis sendiri dan merupakan plagiasi Sebagian/seluruhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan dan dapat dibuktikan bahwa skripsi yang saya tulis ini merupakan hasil plagiasi, maka saya siap untuk menerima sanksi atas perbuatan yang saya lakukan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 25 Maret 2026

Yang membuat pernyataan



Annisa Wardah Sholihah

NIM: 22401191

ABSTRAK

ANNISA WARDAH SHOLIAH, Dosen Pembimbing Amrul Mutaqin, M.EI dan Sidanatul Janah, M.H. *Strategi Promosi Penjualan dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus PT GMK- Kaos Polos Hoodie Costum Kota Kediri)*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri. 2026.

Kata Kunci: *Strategi Promosi, Promosi Penjualan, Brand Awareness, Pemasaran, PT GMK*

Strategi promosi penjualan yang diterapkan oleh PT Garuda Maxima Kanaka (PT GMK) dalam membangun *brand awareness* pada produk kaos polos dan hoodie custom di Kota Kediri. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada gencarnya strategi promosi yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan brand awareness di tengah persaingan bisnis fashion yang semakin ketat, dengan tujuan agar produk kaos polos dan hoodie custom semakin dikenal dan banyak digunakan oleh masyarakat. PT GMK sebagai salah satu pelaku usaha di bidang tersebut perlu menerapkan strategi promosi yang efektif agar mampu dikenal luas oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi promosi penjualan dalam membangun brand awareness pada PT GMK.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri dari kepala toko, karyawan, dan konsumen PT GMK.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh PT GMK dilakukan secara terintegrasi melalui berbagai bentuk, yaitu *advertising* (periklanan) melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, *personal selling* melalui pelayanan langsung di toko, *sales promotion* berupa diskon, bundling, dan promo event, *public relations* melalui kegiatan sponsorship dan kerja sama komunitas, serta promosi melalui platform e-commerce dan program affiliate. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa strategi promosi berperan penting dalam membangun *brand awareness* konsumen. Pada tahap *brand recognition*, konsumen mampu mengenali merek PT GMK melalui media sosial dan rekomendasi dari teman atau komunitas. Pada tahap *brand recall*, konsumen dapat mengingat kembali merek PT GMK tanpa bantuan ketika melihat atau membutuhkan produk sejenis. Selanjutnya, pada tahap *top of mind*, PT GMK menjadi salah satu merek yang pertama kali diingat oleh konsumen. Bahkan, strategi promosi yang dilakukan secara konsisten juga mampu menciptakan *brand dominance*, di mana PT GMK menjadi salah satu pilihan utama konsumen dibandingkan merek lain. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa promosi digital melalui media sosial dan marketplace, serta promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), menjadi faktor yang paling dominan dalam membangun kesadaran merek.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS	Error! Bookmark not defined.
NOTA PEMBIMBING.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Penelitian Terdahulu.....	12
BAB II	24
LANDASAN TEORI.....	24
A. Promosi	24

1. Pengertian Promosi.....	24
2. Strategi Promosi	26
3. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	28
4. Jenis-Jenis Promosi:	30
5. Tujuan Promosi.....	32
B. Penjualan.....	33
1. Pengertian Penjualan	33
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	34
C. Brand Awareness.....	37
1. Pengertian Brand Awareness	37
2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi <i>Brand Awareness</i>	40
3. Indikator Brand Awareness.....	41
D. Promosi Dalam Perspektif Islam.....	43
BAB III	46
METODE PENELITIAN	46
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	46
B. Kehadiran Peneliti.....	47
C. Lokasi Penelitian.....	48
D. Data dan Sumber Data	48
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Analisis Data	51
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	52
H. Teknik Analisis Data	54
BAB IV	56
PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	56
A. Gambaran Umum PT GMK	56

B. Paparan Data	63
C. TEMUAN PENELITIAN	79
BAB V.....	83
PEMBAHASAN	83
A. Strategi Promosi Penjualan Produk Kaos Polos Hoodie Costum PT GMK	83
B. Peran Strategi Promosi Penjualan dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> PT GMK Kota Kediri.....	89
BAB VI	96
PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan	96
B. SARAN	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1: Data Transaksi Penjualan PT GMK Tahun 2023-2025	5
Tabel 1. 2: Perbandingan Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi	2
Tabel 3. 1: Jenis Produk dan Harga PT GMK Kota Kediri.....	47
Tabel 3. 2: Data Transaksi Penjualan PT GMK Bulan Januari-April 2025.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 : Foto Dokumentasi
- Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 4 : Surat Balasan
- Lampiran 5 : Surat Konsultasi Skripsi