

**STRATEGI PROMOSI FASHION MUSLIM ZOYA DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DI YOGYAKARTA**

*“Promotion Strategy of Muslim Fashion Zoya in Increasing Consumer Buying
Interest in Yogyakarta”*

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

PUTRI RIZKI FATEKHAWATI

20120530002

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Pada:

Hari :
Tanggal :
Tempat :
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si

Penguji I

Penguji II

Nur Sofyan, S.I.Kom, M.I.Kom
Ph.D

Taufiqur Rahman, S.IP., MA.,

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 (S-1) pada tanggal

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Putri Rizki Fatekhawati
Nomor Mahasiswa : 20120530002
Konsentrasi : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Promosi Fashion Muslim Zoya Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Yogyakarta” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta,

2019

Putri R. Fatekhawati

Halaman Persembahan

Bismillahi rahmani rahim,

Assalamu'alaikum wr. wb

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat kesehatan, rezeki serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Promosi Fashion Muslim Zoya dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Yogyakarta”.

Skripsi yang penulis susun ini dipersembahkan untuk orang-orang yang telah mendukung penulis dan senantiasa memberikan semangat serta doa kepada penulis. Tentu penulis sadar, bahwa tanpa dukungan, semangat serta iringan doa, penulis tidak akan mampu untuk menyelesaikan penelitian ini. Berkenaan dengan itu pula pada kesempatan kali ini penulis ingin mempersembahkan karya ini kepada:

1. Kepada yang paling penulis hormati, kedua orang tua, Ayahanda Sukimin dan Ibunda Lilis Suryani, karena berkat perjuangan, semangat, dukungan, dan doa beliau, penulis bisa mencapai titik ini. Perjuangan, kasih sayang serta semangat yang selalu luar biasa, dan juga doa-doa yang tak pernah henti untuk ku, menjadi semangatku untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sebanyak – banyaknya. You are my everything, and I always love you.
2. Untuk adik – adikku, maaf sudah membuat khawatir karena terhambatnya penelitian kakak kalian ini. Tetapi, terimakasih karena sudah mau bersabar dan selalu memberikan semangat serta doa yang berarti untuk kakak. You're my stronger.
3. Untuk keluarga besarku, terimakasih banyak selalu memberikan dukungan dan tidak pernah lupa mendoakan ku sampai saat ini.
4. Dosen-dosen Ilmu Komuniasi UMY, terkhusus kepada Ibu Dosen Pembimbing Dr. Adhianty Nurjanah S.Sos, M.Si. yang telah menyalurkan ilmu-ilmunya yang berharga, selalu ramah kepada para mahasiswa, dan telah banyak membantu kami, Terima Kasih Banyak.

5. Teman – teman rumpi cantik yang selalu memberikan ‘*ocehan*’ manis yang dilontarkan dengan maksud memberikan semangat, I love you and I hope our friendship can be the last ‘till Jannah, aamiin. (re: iyung, “yiha”, a half of “snake family”, and the others yang ngerasa pernah rumpi cantik sama aku♥).
6. Teman – teman yang jauh dimata dekat dihati, yang selalu menerima curhatan pahit manis perjuangan skripsweet. Maaf dan terimakasih buat kata – kata penyemangatnya, I love you guys! (re: Hani, Lien, Hanif, Ajissa, Fani, dan kalian semuaaaa yang pernah aku curhatin:*)
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2012, terimakasih banyak telah menjadi bagian dari hidupku dimasa-masa perkuliahan. Tawa, tangis, canda, masalah, semuanya adalah warna dan semangat. Tetap berkarya, be creative, and keep inspiring people. Sukses untuk kita semua!

Terima kasih

Wassalamu 'alaikum wr. wb

Yogyakarta,

2019

Putri R. Fatekhawati

MOTTO

When you think that is too hard for you, keep calm, don't be panic and say,

"Allahumma yassir walaa tu'assir"

Kata Pengantar

Bismillahirrahmanirahim,

Assalamu 'alaikum wr.wb

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat kesehatan, rezeki dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Fashion Muslim Zoya dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Yogyakarta”.

Skripsi yang penulis susun ini merupakan skripsi dengan menggambarkan tentang bagaimana produsen berusaha agar produk yang dipasarkan dapat diterima dengan baik oleh konsumen dan calon konsumen. Melalui strategi promosi yang dilakukan, produsen berharap mendapat respon baik dari konsumen serta dapat meningkatkan minat terhadap produk yang dihasilkan, dan juga persaingan antar kompetitor tidak menjadi hambatan yang berarti dalam menarik minat beli konsumen.

Penulis juga sadar bahwa karya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu sangat terbuka untuk berdiskusi dan berharap akan ada saran dan kritik yang bermanfaat agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik.

Selama proses penulisan skripsi ini, penulis tentu tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak. Berkenaan dengan itu pula pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos.,M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa meluangkan waktunya, sabar, dan memberikan masukan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si dan mas Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA selaku dosen penguji seminar proposal yang telah memberikan kritik dan saran yang begitu berguna dan bermanfaat. Kemudian terima kasih pula kepada bapak Taufiqurrahman, S.IP., MA, Ph.D dan mas Nur Sofyan, S.I.Kom, M.I.Kom sebagai dosen penguji ujian

pendadaran saya yang telah memberikan masukan agar skripsi saya menjadi lebih layak untuk dijadikan karya ilmiah.

3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku kapala prodi Ilmu Komunikasi UMY, dan seluruh dosen-dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi UMY yang telah banyak berbagi ilmu-ilmu yang bermanfaat dan senantiasa membantu para mahasiswa dalam perjalanan menyelesaikan studinya.
4. Seluruh karyawan dan staff tata usaha di Ilmu Komunikasi UMY, yang telah banyak membantu dalam urusan administrasi.
5. Penanggungjawab *franchise* Zoya Yogyakarta, mbak Dita Rosita, terima kasih sudah mau meluangkan waktu untuk memberikan informasi terkait penelitian saya.
6. Seluruh teman – teman Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2012, selalu semangat dan tetaplah menjadi inspirasi banyak orang diluar sana.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, sekali lagi penulis ucapkan banyak terima kasih atas bantuan, doa dan semangat yang diberikan kepada penulis.

Besar harapan peneliti agar skripsi dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya, meskipun skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta,

2019

Putri R. Fatekhawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRCT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Teori.....	6
1. Strategi Promosi.....	6
1.1. Proses Strategi Promosi.....	8
1.2. Bauran Promosi.....	10
1.3. Media Promosi.....	12
2. Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	15
F. Metode Penelitian.....	19
1. Jenis Penelitian.....	19
2. Informan Penelitian.....	19
3. Teknik Pengumpulan Data.....	20

4. Teknik Analisa Data	23
G. Penelitian Terdahulu	24
H. Sistematika Penulisan	25
BAB II GAMBARAN PERUSAHAAN	26
A. Sejarah Lahirnya <i>Brand</i> “Zoya”	26
B. Visi dan Misi	29
C. Produk-produk Zoya	29
D. <i>Franchise</i> Zoya Yogyakarta.....	41
1. Lokasi Toko	42
2. Struktur Organisasi atau Kepengurusan.....	47
BAB III SAJIAN DAN ANALISIS DATA	49
A. Sajian Data.....	49
1. Strategi Promosi <i>Franchise</i> Zoya Yogyakarta	50
1.1. Proses Strategi Promosi <i>Franchise</i> Zoya Yogyakarta.....	51
1.2. Kegiatan Promosi yang dilakukan <i>Franchise</i> Zoya Yogyakarta menggunakan Bauran Promosi.....	61
1.3. Media Promosi <i>Franchise</i> Zoya Yogyakarta.....	78
B. Analisis Data.....	89
1. Tanggapan Konsumen atau Member terhadap Upaya Promosi Zoya.....	90
2. Tanggapan Calon Konsumen atau Non-Member terhadap Upaya Promosi Zoya	98
3. Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	101
BAB IV PENUTUP	108
A. Kesimpulan	108
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Produk Kategori Hijab	32
Gambar 2.2 Produk Kerudung Kategori Terlaris	33
Gambar 2.3 Produk Jilbab Instan Anak	34
Gambar 2.4 Produk Busana Wanita	35
Gambar 2.5 Produk Baju Koko	36
Gambar 2.6 Produk Face Care dan Make Up	37
Gambar 2.7 Produk Body Care	38
Gambar 2.8 Kolaborasi Zoya Hijab X Ivan Gunawan	40
Gambar 2.9 Store Zoya 1	43
Gambar 2.10 Instagram Zoya 1	44
Gambar 2.11 Facebook Zoya Yogyakarta Simanjuntak	44
Gambar 2.12 Store Zoya 2	45
Gambar 2.13 Instagram Zoya 2	46
Gambar 2.14 Facebook Zoya Yogyakarta Ambarrukmo	46
Gambar 3.1 Zoya Jogja X Azzura Model	69
Gambar 3.2 Zoya Jogja X Maira Salon	70
Gambar 3.3 Bazaar Zoya Jogja	73
Gambar 3.4 Booth di Sunday Morning UGM	75
Gambar 3.5 Booth di Sunday Morning Ugm	75
Gambar 3.6 Website Zoya	79
Gambar 3.7 Website Zoya	80
Gambar 3.8 Instagram Zoya 1	82
Gambar 3.9 Instagram Zoya 2	82
Gambar 3.10 Facebook Zoya Yogyakarta Simanjuntak	84
Gambar 3.11 Facebook Zoya Yogyakarta Ambarrukmo	84

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Struktur Organisasi	47
-------------------------------------	----