

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP
KEPUKASAN TENANT DI PADI EMAS
FOOD MARKET & RESTO**

SKRIPSI

Disajikan Sebagai Salah Satu Syarat
Menempuh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan Bogor

MUTIA RAHMASARI
044115056



1185

PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR

Terima :

Stok Buku : 1185 / 11/19/2019/21

ISS : 11/19 MUT p 2019

Per Buku :

manlion

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Mutia Rahmasari
NPM : 044115056
Judul : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan
Tenant di Padi Emas Food Market & Resto

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

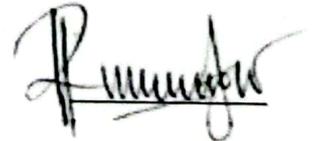
Pembimbing I : Dini Valdiani, M.Si
NIK. 1.1110 033 517



Pembimbing II : Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607



Pembaca : Roni Jayawinangun, M.Si
NIK. 1.0616 049 757



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 28 Mei 2019

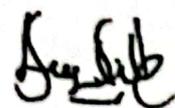
Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum
NIK : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim, M.Si
NIK: 1 0909 048 513

ABSTRAK

Mutia Rahmasari 044115056. 2019. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Tenant Di Padi Emas Food Market & Resto. Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan : Dini Valdiani dan Dwi Rini Sovia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran yang telah dilakukan Padi Emas Food Market & Resto, mengetahui tingkat kepuasan tenant di Padi Emas Food Market & Resto, mengetahui pengaruh dari komunikasi pemasaran terhadap kepuasan tenant di Padi Emas Food Market & Resto. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana komunikasi pemasaran di Padi Emas Food Market & Resto, bagaimana tingkat kepuasan tenant di Padi Emas Food Market & Resto, bagaimanakah pengaruh komunikasi pemasaran terhadap kepuasan tenant di Padi Emas Food Market & Resto. Penelitian ini merupakan jenis penelitian Kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Padi Emas Food Market & Resto pada bulan Desember 2018 hingga 2019. Teknik yang digunakan yaitu sampling jenuh (sampel sensus). Teknik sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner, observasi, dan wawancara. Uji validitas menggunakan rumus product moment pearson dan uji reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach. Hasil-hasil analisis data dan penelitian di lapangan diketahui bahwa komunikasi pemasaran yang telah dilakukan Padi Emas Food Market & Resto memiliki pengaruh terhadap kepuasan tenant. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan Padi Emas Food Market & Resto berhasil. Kepuasan tenant di pengaruhi oleh iklan dan publisitas sebesar 41%. Sedangkan sisanya sebesar 59% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Kepuasan, Tenant, Padi Emas Food Market & Resto.