

**PENGARUH BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP  
VOLUME PENJUALAN DIMASA PANDEMI COVID-19  
(Pizza Hut cabang Padjajaran Kota Bogor)**

**SKRIPSI**

**Vicky Nurrahayu Batmomolin**

**044117260**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
JANUARI 2022**

## HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi yang telah disusun oleh :

Nama : Vicky Nurrahayu Batmomolin  
NPM : 044117260  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya  
Judul : "Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pizza Hut Dimassa Pandemi Covid-19"

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada konsentrasi Manajemen Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Pakuan.

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Qoute Nuraini Cahyaningrum, M.I.Kom.

NIP/NIK : 1.0113001608 

Pembimbing II : Wiranta Yudha Ginting, M.A

NIP/NIK : 1.0616049758 

Penguji : Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn

NIP/NIK : 1.0113001607 

Pembaca :

NIP/NIK :

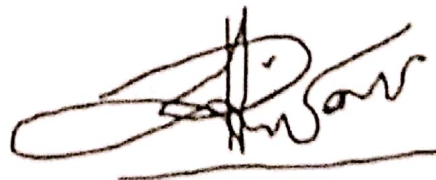
Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 27 Januari 2022

Oleh :

Dekan Fakultas,

Ketua Program Studi,



Dr. Henny Suharyati, M.Si  
NIP . 19600607.199009.2.001

Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn  
NIK. 1.0113001607

## ABSTRAK

**VICKY NURRAHAYU BATMOMOLIN, 044117260, 2021. Bauran Komunikasi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pizza Hut Padjajaran Kota Bogor.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah Bimbingan: Qoute Nuraini Cahyaningrum dan Wiranta Yudha Ginting.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang dihasilkan dari bauran komunikasi pemasaran terhadap volume penjualan Pizza Hut Padjajaran Kota Bogor. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas, variabel bebasnya adalah bauran komunikasi pemasaran dan variabel terikatnya adalah volume penjualan. Untuk mengukur variabel bauran komunikasi pemasaran, digunakan indikator periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran interaktif, dan hubungan masyarakat. Untuk variabel volume penjualan diukur dengan menggunakan indikator harga jual, produk, promosi, saluran distribusi, dan mutu&kualitas barang. Penelitian ini dilaksanakan di Wilayah Kota Bogor khususnya pada Pizza Hut Padjajaran Kota Bogor. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan oktober sampai desember 2021. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan survey eskplanatif karena meneliti tentang suatu pengaruh. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden diambil dari jumlah penduduk Kota Bogor sebanyak 1.081.009 dan pengunjung Pizza Hut Padjajaran Kota Bogor sebanyak 2.130. dimana pengambilan sampel *non probability sampling*. Pada penelitian ini menggunakan analisis data berupa analisis regresi sederhana. Hasil kuesioner dari tiap indikator bauran komunikasi pemasaran dan volume penjualan di rangkum dalam 44 pernyataan yang mewakili indikator masing-masing. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa bauran komunikasi pemasaran memiliki pengaruh cukup besar terhadap volume penjualan.