STRATEGI PEMASARAN DAGGER VAPESTORE BEKASI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK VAPE

SEMINAR PROPOSAL

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ilmu Komunikasi **Oleh :**

Aditya Wardana (41182037210074)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI

2024 M / 1446 H

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini, Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Setiap bagian dalam skripsi ini yang mengutip karya orang lain telah diserta dengan sumber yang dicantumkan secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi , termasuk pencabutan gelar akademik dan sanksi lain yang sesuai dengan peraturan yang belaku, apabila di kemudian hari terbukti adanya unsur plagiarism dalam skripsi ini.

Bekasi, 5 Januari 2026



Aditya Wardana

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul "**Strategi Pemasaran Dagger Vapestore Bekasi dalam Menjual Produk Vape**" telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 23 Januari 2025

Waktu : 15.00 – 16.00

Oleh

Nama : Aditya Wardana

NPM : 41182037210074

Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama Penguji	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Dr. Winda Primasari M.SI	
Penguji I	Iwan Samariansyah M.Si	
Penguji II	Yudha Asmara D.A,M.I.Kom	

Bekasi, 4 Februari 2026

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Komunikasi,

Sastra dan Bahasa

Saepudin,S.S.,M.Soc.Sc

NRP 45.1.01.11.2011.031

Mengetahui

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Dr. Winda Primasari, S.Hum, M.Si

NRP 45.1.01.02.2012.016

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi	:Strategi Pemasaran Dagger Vapestore Bekasi Dalam Menjual Produk Vape
Diajukan Oleh	: Aditya Wardana
NPM	: 41182037210074
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: *Public Relations*
Fakultas	: Fakultas Komunikas, Sastra, dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pebimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai salah satu prasyarat yang harus dipenuhi untuk meraih gelar sarjan Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi.

Bekasi, 05 Januari 2026

Mengetahui,	Menyetujui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dosen Pembimbing Skripsi
Dr. Winda Primasari. M.Si	**Yudha Asmara DA. M.I.Kom**
NRP . 45.1.01.02.2012.016	**NRP.45.1.03.12.2012.029**

PRA KATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul "Strategi Pemasaran Dagger Vapestore Bekasi dalam Meningkatkan Penjualan Produk Vape". Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam 45 Bekasi.

Dalam proses penyusunan penelitian ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian penelitian ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas kesehatan dan kelancaran yang diberikan selama proses penyusunan penelitian ini.
2. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Winda Primasari, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Bapak Yudha Asmara Dwi Aksa, M.I.Kom selaku dosen pembimbing seminar proposal yang telah bersedia meluangkan waktu dalam membimbing penulis, sabar dan selalu memberikan masukan dan saran kepada Penulis.
5. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dan motivasi kepada penulis.
6. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran yang sangat bermanfaat selama proses penelitian ini.
7. Seluruh responden dan narasumber, terutama dari pihak Dagger Vapestore Bekasi, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi terkait penelitian ini.

8. Kepada seluruh anggota Persegepan yang telah memberikan dukungan materi dan motivasi kepada Penulis.
9. Rekan-rekan mahasiswa dan teman-teman organisasi, atas dukungan dan kebersamaannya selama ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca yang membutuhkan referensi terkait strategi pemasaran.

Bekasi, 24 Desember 2024

Aditya Wardana

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa
2024

Aditya Wardana NPM: 41182037210074

"Strategi Pemasaran Dagger Vapestore Bekasi dalam Meningkatkan Penjualan Produk Vape"

Dibimbing oleh:

Yudha Asmara Dwi Aksa

(38 halaman + VIII), (1 tabel), (4 gambar), (3 lampiran).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan industri vape di Bekasi yang semakin kompetitif, dengan munculnya berbagai vapestore baru. Dagger Vapestore, yang berdiri pada tahun 2021, berhasil menunjukkan performa unggul dengan strategi pemasaran yang efektif sehingga mampu memperluas jaringan hingga 8 cabang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Dagger Vapestore dalam meningkatkan penjualan produknya.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta dianalisis menggunakan teori bauran pemasaran (7P). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dagger Vapestore memanfaatkan produk berkualitas, harga kompetitif, promosi yang kreatif melalui media sosial seperti Instagram, lokasi strategis, dan pelayanan pelanggan yang ramah serta profesional. Faktor tambahan seperti peran pemilik yang juga seorang influencer turut memperkuat brand awareness.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran di industri vape, serta menjadi acuan bagi pelaku bisnis sejenis. Dagger Vapestore disarankan untuk terus berinovasi dalam produk dan layanan guna menghadapi persaingan pasar yang semakin dinamis.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, bauran pemasaran, komunikasi pemasaran, Dagger Vapestore, industri vape.

ABSTRACT

Universitas Islam 45 Bekasi
Study of Communication Science
Faculty of Communication, Literature, and Language
***2024* Aditya Wardana**

NRP : 41182037210074

"Strategi Pemasaran Dagger Vapestore Bekasi dalam Meningkatkan Penjualan Produk Vape"

Supervised by:

Yudha Asmara Dwi Aksa

(38 pages + VIII), (1 table), (4 images), (3 appendices).

This research is motivated by the development of the vape industry in Bekasi, which has become increasingly competitive with the emergence of various new vapestores. Dagger Vapestore, established in 2021, has demonstrated outstanding performance through effective marketing strategies, enabling it to expand its network to 8 branches. This study aims to analyze the marketing strategies implemented by Dagger Vapestore to increase its product sales.

The research method used is descriptive qualitative with a case study approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and analyzed using the marketing mix theory (7P). The findings show that Dagger Vapestore leverages high-quality products, competitive pricing, creative promotions through social media such as Instagram, strategic locations, and friendly and professional customer service. An additional factor, such as the owner's role as an influencer, also strengthens brand awareness.

This study is expected to contribute to the development of marketing strategies in the vape industry and serve as a reference for similar businesses. Dagger Vapestore is advised to continue innovating its products and services to address the increasingly dynamic market competition.

***Keywords**: Marketing strategy, marketing mix, marketing communication, Dagger Vapestore, vape industry.*

DAFTAR ISI

ABSTRAK 5
ABSTRACT 6
DAFTAR ISI 7
BAB I ..... **Error! Bookmark not defined.**
PENDAHULUAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
1.1 Latar Belakang ..... **Error! Bookmark not defined.**
1.2 Rumusan Masalah ..... **Error! Bookmark not defined.**
1.3 Tujuan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
1.4 Manfaat Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
BAB II ..... **Error! Bookmark not defined.**
TINJAUAN PUSTAKA ..... **Error! Bookmark not defined.**
2.1 Penelitian Terdahulu ..... **Error! Bookmark not defined.**
2.2 Persamaan dan Perbedaan penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang ..... **Error! Bookmark not defined.**
2.3Kerangka Teori ..... **Error! Bookmark not defined.**
2.3.1 Komunikasi Pemasaran ..... **Error! Bookmark not defined.**
2.3.2 Bauran Pemasaran ..... **Error! Bookmark not defined.**
2.3.3 Strategi Pemuasan Konsumen ..... **Error! Bookmark not defined.**
2.4 Kerangka Pemikiran ..... **Error! Bookmark not defined.**
BAB III ..... **Error! Bookmark not defined.**
METODE PENELITIAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.1 Jenis Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.2 Unit Analisis ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.3 Teknik Pengumpulan Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.4 Definisi Konseptual ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.5 Teknik Analisis Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.6 Keabsahan Data..... **Error! Bookmark not defined.**
DAFTAR PUSTAKA..... **Error! Bookmark not defined.**
LAMPIRAN - LAMPIRAN ..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Harga Eceran Minimum Rokok Elektrik di Indonesia .....
2
Gambar 2 Total Proyeksi Pendapatan Global dari Sektor Rokok Elektrik .....
4
Gambar 3 Akun Ecommerce masing-masing Vapestore .....
8 Gambar 4 Rating Google Maps dari masing-masing toko .....
9

SCAN BUKTI BEBAS PLAGIASI



Proposal Aditya

ORIGINALITY REPORT

25%	26%	4%	19%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	15%
2	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	2%
3	databoks-series.katadata.co.id Internet Source	2%
4	docplayer.info Internet Source	2%
5	ekonomi.bisnis.com Internet Source	1%
6	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	1%
7	fr.scribd.com Internet Source	1%
8	www.original.co.id Internet Source	1%