

**PENGARUH BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP
MINAT BELI PELANGGAN DI POPOLO COFFEE TAMAN BUDAYA
SENTUL**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan Bogor**

Oleh

ROSDYANA ANISA

044115572



040 1KOM 1115 2019



PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR

Tgl Terima : *AGUSTUS 2020*
No. Induk Buku : *040 1115/IX/15113/2020*
No Class : *1115 205 P 2019*
Sumber Buku : *HADIAH*

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

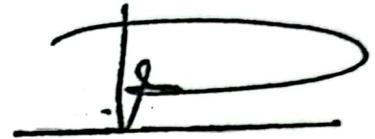
HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Rosdyana Anisa
NPM : 0441155572
Judul : Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Popolo Coffee Taman Budaya Sentul

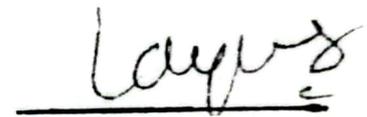
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peugui dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.

DEWAN PENGUJI Menyetujui

Pembimbing I : Yogaprasta Adi Nugraha M.Si
NIK. 1.0414 025 628



Pembimbing II : Layung Paramesti Martha, M.Si
NIK. 1.0616 049 756



Pembaca : Qoute Nuraini C., M.Ikom
NIK. 1.0113 001 608



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 01 November 2019

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



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

Ketua Program Studi



Muslim. S.Sos., M.Si.
NIK. 1 0909 048 513

ABSTRAK

Rosdyana Anisa, NPM 044115572. 2015. Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Pelanggan di Popolo Coffee Taman Budaya Sentul. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Dibimbing oleh **Yogaprasta Adinugroho, M.Si** dan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Popolo Coffee Taman Budaya Sentul yang selalu berupaya dalam menarik perhatian pelanggannya dengan cara meningkatkan strategi – strategi komunikasi pemasaran terhadap minat beli pelanggan, karena strategi – strategi bauran komunikasi pemasaran mempunyai hubungan yang erat dengan minat beli pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bauran komunikasi pemasaran Popolo Coffee Taman Budaya Sentul, untuk mengetahui karakteristik pelanggan Popolo Coffee Taman Budaya Sentul, Untuk mengetahui minat beli terhadap komunikasi pemasaran Popolo Coffe Taman Budaya Sentul, Untuk mengetahui pengaruh karakteristik individu dengan minat beli Taman Budaya Sentul, dan Untuk mengetahui pengaruh bauran komunikasi pemasaran terhadap minat beli pelanggan di Popolo Coffe Taman Budaya Sentul.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Pelanggan yang menjadi responden dalam penelitian ini dengan jumlah sampel 100 responden yang dihitung dengan menggunakan rumus *Slovin*. Penentuan responden penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*. Uji validitas menggunakan *Product Moment Pearson* dan Uji *reliabilitas* menggunakan *Alpha Cronbach*. Pengukuran uji *Normalitas*, uji *Heteroskedastisitas* dan uji *Multikolonieritas*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Pelanggan di Popolo Coffe Taman Budaya Sentul menunjukkan nilai t sebesar 14,733 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Hal ini menunjukkan bahwa Bauran Komunikasi Pemasaran terbukti berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Pelanggan. Dengan demikian hipotesis 2 diterima yang menyatakan bahwa Bauran Komunikasi Pemasaran berpengaruh positif terhadap Minat Beli Pelanggan and hipotesis 2 ini diterima yang menyatakan bahwa Bauran Komunikasi Pemasaran memiliki efek positif pada Minat Beli Pelanggan.

Kata Kunci: Pelanggan, Minat beli pelanggan, Bauran komunikasi pemasaran