

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BROMELIA  
COFFEE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu (S1) Ilmu Komunikasi

**BAGAS DWI PAMUNGKAS**

**044116059**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**BOGOR**

**MEI 2021**

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Bagas Dwi Pamungkas

NPM : 0441 16 059

Judul : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Bromelia Coffee Dalam Meningkatkan Penjualan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Prasetyo Adi Nugroho, M.I.Kom .....

NIP/NIK : 1.0616 049 760

Pembimbing 2 : Tiara Puspanidra, M.Si .....

NIP/NIK : 1. 0815 033 671

Pembaca : Quote Nuraini C., M.I.KOM .....

NIP/NIK : 1.0113 001 608

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal :

Oleh

Dekan,



Dr. Henny Suharyati, M.Si

NIP : 19600671990092001



Ketua Program Studi,



Dwi Rini Sovia, F, M.Comn

NIP : 1.0113001607

## ABSTRAK

**BAGAS DWI PAMUNGKAS. 2021. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Bromelia Coffee Dalam Meningkatkan Penjualan.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Prasetyo Adi Nugroho dan Tiara Puspanidra.**

Komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung tentang produk dan merek yang dijual. Bromelia Coffee merupakan kedai kopi yang memiliki nuansa alam. Bromelia Coffee merupakan sebuah kafe yang menjual produk minuman *coffee* maupun *non-coffee* dan juga menjual produk makanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Bromelia Coffee dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan teknik bauran komunikasi pemasaran yang terdiri dari delapan elemen menurut Kotler dan Keller meliputi *Advertising, Sales promotion, Events and experiences, Public relations and publicity, Online and social media marketing, Mobile marketing, Direct and database marketing* dan *Personal selling*. Penelitian ini dilakukan di Bromelia Coffee yang beralamat di Jalan Hankam, Rt.01/Rw03 Desa Leuwimalang, Cisarua-Bogor, Jawa Barat. dan Zadshouse yang beralamat di Jalan Raya Puncak Kp. Muara No.3 Rt 05/04, Megamendung Jawa Barat, 16750. terhitung dari bulan Februari 2021 sampai dengan bulan April 2021. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara penelitian ini meliputi *keyinforman (Manager Bromelia Coffee)*, informan utama (*PIC Bromelia Coffee*) serta informan tambahan (masyarakat konsumen Bromelia Coffee). Triangulasi dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pemasaran menggunakan teknik bauran komunikasi pemasaran yang diterapkan Bromelia Coffee sangat efektif dan berpengaruh. Hal ini dapat dilihat dari pencapaian penjualan yang telah diraih Bromelia Coffee. Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah lebih sering mengadakan promosi penjualan, tidak hanya di hari-hari besar saja dan untuk menghadapi persaingan dengan kafe yang lain, Bromelia Coffee melakukan survei terhadap pasar terlebih dahulu, meneliti dan memahami apa yang pasar inginkan.

Kata kunci: *bromelia coffee, komunikasi pemasaran, penjualan.*