

**PENGARUH Bauran Pemasaran Terhadap Persepsi  
Pelanggan Barracks Cafe**

**SKRIPSI**

**Dijelukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:  
GIANI NOERIMAN  
044115020**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
JULI 2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Giani Noeriman  
NPM : 044115020  
Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Persepsi Pelanggan  
Barracks Cafe

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji 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

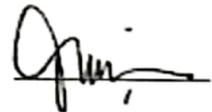
Pembimbing I : Muslim.M.Si  
NIK: 1 0909 048 513



Pembimbing II : Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom  
NIK: 1.0616 049 760



Pembaca : Diana Amaliasari, M.Si  
NIK. 1.0113 001 606



Ditetapkan di : Bogor  
Tanggal: : 09 Juli 2021

Dekan Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si  
NIK : 1.9600 607.199009.2.001



Ketua Program Studi



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

## ABSTRAK

**GIANI NOERIMAN. 044115020. 2021. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Persepsi Pelanggan Barracks Cafe.** Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan **Muslim, M.Si** dan **Prasetyo Adi Nugroho, M.I.Kom**

Penelitian ini berfokus dengan permasalahan bagaimana Bauran Pemasaran Barracks Cafe lalu bagaimana Persepsi Pelanggan terhadap Bauran Pemasaran Barracks Cafe. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bauran Pemasaran Barracks Cafe lalu untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap bauran pemasaran Barracks Cafe. Jenis penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif yaitu metodologi yang berdasarkan data dari hasil pengukuran variabel penelitian yang ada. Penelitian ini terdapat 2 variabel X dan variabel Y. Variabel X pada penelitian ini adalah Bauran Pemasaran, sedangkan variabel Y dalam penelitian ini adalah Persepsi Pelanggan. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Bauran Pemasaran (X) adalah produk, promosi, harga dan tempat. Sedangkan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Persepsi Pelanggan yaitu kualitas pelayanan, kemudahan produk dan faktor emosional. Penelitian ini dilaksanakan di Barracks Cafe Cisarua, Kabupaten Bogor pada bulan juni 2019. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis korelasional. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bauran Pemasaran yang dilakukan oleh Barracks Cafe cukup baik pada indikator produk, promosi dan tempat, pada indikator harga banyak yang tidak memiliki pengaruh tinggi. Yang mengartikan Bauran Pemasaran mempunyai bagian dalam mempengaruhi persepsi pelanggan di Barracks Cafe. Bauran Pemasaran terhadap Persepsi Pelanggan secara positif dan signifikan mempunyai pengaruh terhadap pelanggan. Barracks Cafe diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan promosi penjualan dan menetapkan kebijakan harga secara lebih konsisten, variabel promosi dan harga mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian keputusan pelanggan.

Kata Kunci : *Pengaruh, Bauran Pemasaran, Persepsi Pelanggan*