

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH PELANGGAN DI CAFFE 99 DESA CINTALAKSANA
KECAMATAN TEGALWARU KABUPATEN KARAWANG**

SKRIPSI

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

**Disusun Oleh:
RIFKI FIRGIWAN
044116072**



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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

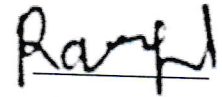
Nama : Rifki Firgiawan
NPM : 044116072
Judul : Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Caffe 99 Desa Cintelaksana Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peugui 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.

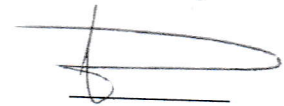
DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Ratih Siti Aminah, M.Si
NIK. 1.0314 004 625



Pembimbing II : Yogaprasta Adinugraha, M.Si
NIK: 1.0641 025 628



Pembaca : Ismail Taufik Rusfien, M.Si
NIK. 1.1215 047 681

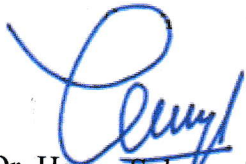



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 12 November 2021

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Ketua Program Studi


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


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

ABSTRAK

RIFKI FIRGIAWAN. 044116072. 2016. Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Caffe99 Desa Cintelaksana Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor, Di bawah bimbingan: **Ratih Siti Aminah dan Yogaprasta Adinugraha**

Penelitian ini bertujuan mengetahui penerapan bauran pemasaran caffe 99 dalam meningkatkan jumlah pelanggannya. Peneliti ingin mengetahui bauran pemasaran apa saja yang digunakan oleh Caffe 99 bagaimana cara penerapannya dan seberapa besar manfaatnya dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Adapun subjek penelitiannya penulis memilih pemilik Caffe 99 menjadi Key informan dan salah satu Koki yang sekaligus sudah dianggap sebagai marketing oleh pemilik Caffe 99 sebagai informan. Dengan ditambah dua informan yaitu Pelanggan pria dan Wanita, juga digunakan metode Wawancara, dan Observasi untuk menunjang data dan melengkapi data lainnya. Dalam penelitian ini juga digunakan teknik Triangulasi data untuk menguji kredibilitas data, membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan. Dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 bab. Antara lain bab1 latar belakang, bab2 tinjauan pustaka, bab3 metode penelitian, bab4 pembahasan dan bab5 kesimpulan. Teori yang digunakan adalah teori bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012). Diketahui dari hasil penelitian ini, bahwa bauran pemasaran yang diterapkan oleh Caffe99 tidak menerapkan unsur bauran pemasaran seperti, unsur-unsur bauran pemasaran yang sudah dijelaskan oleh Kotler dan Keller dalam teorinya. Meskipun unsur bauran pemasaran yang diterapkan hanya beberapa dari teori Kotler dan Keller pihak Caffe 99 sejauh ini penjualan dalam pertahunnya selalu mengalami peningkatan.

Kata Kunci: Analisis, Bauran Pemasaran, Meningkatkan Pelanggan