

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN KOPI PANGGANG
(Studi Kasus Kopitalis Coffee Shop)**

SKRIPSI

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

**Disusun Oleh:
FAUZAN MAULANA
044115455**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JULI 2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

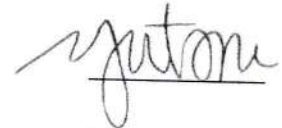
Nama : Fauzan Maulana
NPM : 044115445
Judul : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam
Meningkatkan Penjualan Kopi Panggang
(Studi Kasus Kopitalis *Coffee Shop*)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji 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.

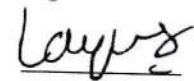
DEWAN PENGUJI

Menyetujui

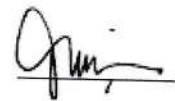
Pembimbing I : Intan Tri Kusumaningtias, M.I.Kom
NIK. 1.0616 049 761



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



Pembaca : Diana Amaliasari, M.Si
NIK. 1.0715 022 649



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 27 Juli 2022

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

Fauzan Maulana, 044115455. 2022. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Kopi Panggang (Studi Kasus Kopitalis Coffe Shop), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Pakuan, Bogor. Di bawah bimbingan : Intan Tri Kusumaningtias, M.I.Kom dan (Dosen Pembimbing 2)

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, komunikasi memiliki beberapa jenis yaitu salah satunya adalah komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk membujuk seseorang, komunikasi persuasif biasa digunakan dalam bidang bisnis, politik dan lain-lain. Komunikasi persuasif biasa digunakan di dunia bisnis untuk menarik pelanggan salah satunya yaitu bisnis kopi. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori pemasaran dengan konsep Mc. Carthy. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi serta pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang dijalankan *Kopitalis coffe shop* berjalan dengan baik dan berhasil ini dibuktikan dengan terjalinnnya hubungan komunikasi yang baik antara *Kopitalis* dengan pihak *customer* dan narasumber mengatakan mengetahui program diskon yang ada di *Kopitalis* melalui media sosial lalu faktor yang mendukung itu dengan melakukan promo jadi banyak konsumen yang tertarik dan menjaga kualitas prodak tetap baik dan sama dari awal lalu kami juga menjual biji kopi dari bermacam daerah bahkan sempat dari luar negeri dan faktor penghambatnya yaitu dengan banyaknya *competitor* yang menjual dengan harga murah dengan produksi sekala besar sedangkan *Kopitalis* hanya mempunyai satu alat pemangangan dengan kapasitas hanya 1kg dalam sekali memanggang.

Kata Kunci : Komunikasi, Teori Pemasaran, Kopi