

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA KEDAI  
KOPI CIBULAO DALAM MENGIKATKAN MINAT KONSUMEN**

**SKRIPSI**

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

**Disusun Oleh:  
INDRA ADYA PRATAMA  
044115246**



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

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

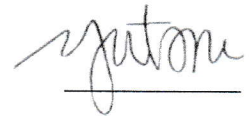
Nama : Indra Adya Pratama  
NPM : 044115246  
Judul : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kedai Kopi  
Cibulao Dalam Meningkatkan Minat Konsumen

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.

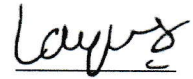
### DEWAN PENGUJI

Menyetujui

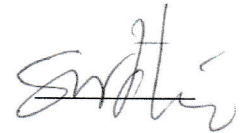
Pembimbing I : Intan Tri Kusumaningtias, M.I.Kom  
NIK. 1.0616 049 761



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



Pembaca : Dr. Sardi Duryatmo, M.Si  
NIK. 1.0715 022 649



Ditetapkan di : Bogor  
Tanggal: : 05 Februari 2022

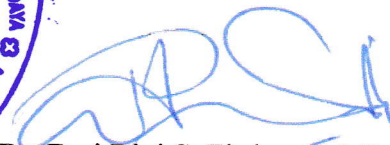
Dekan Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



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

**Indra Adya Pratama, 044 115 246. 2022. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kedai Kopi Cibulao Dalam Meningkatkan Minat Konsumen (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kedai Kopi Cibulao Dalam Meningkatkan Minat Konsumen).** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan (UNPAK) Bogor. Di bawah bimbingan **Intan Tri Kusumaningtias, M.Ikom.**

Penerapan strategi komunikasi pemasaran dalam perusahaan sangat berpengaruh dalam kinerja perusahaan yang bersangkutan. Berhasil atau tidaknya perusahaan sangat ditentukan bagaimana cara yang dikembangkan oleh perusahaan untuk dapat bersaing merebut konsumen dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran yang efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Kedai Kopi Cibulao dalam meningkatkan minat konsumennya berdasarkan teori Kotler (1997:46), yaitu Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) atau lebih dikenal dengan istilah strategi pemasaran 4P yang terdiri dari empat komponen, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat) dan *Promotion* (promosi), serta strategi pemasaran *Word of Mouth* (Pemasaran dari Mulut ke Mulut).

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara semi terstruktur dengan pendiri/inisiator dan barista (*key informan*), serta konsumen setia (*informan*) Kedai Kopi Cibulao. Sedangkan dalam teknik analisis data, peneliti menggunakan analisis data kualitatif menurut *Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2019:322)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat komponen strategi pemasaran 4P yang dipadukan dengan strategi pemasaran dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*) sebagai elemen penunjang komunikasi pemasaran Kedai Kopi Cibulao dapat diterapkan dengan baik, sehingga diharapkan minat konsumen dapat ditingkatkan.

**Kata Kunci:** *Bauran Komunikasi Pemasaran, Kedai Kopi Cibulao, Minat Konsumen, Strategi Komunikasi Pemasaran, dan Word of Mouth (WOM).*