

**KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI KOPI KENANGAN GRAND
BATAVIA DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN DI KABUPATEN
TANGERANG**

SKRIPSI

**SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR
SARJANA ILMU KOMUNIKASI (S.I.KOM)**



Disusun Oleh:

Aisyah Najmi Herlidyaz

2070201224

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI KOPI
KENANGAN GRAND BATAVIA DALAM
MENARIK MINAT BELI KONSUMEN DI
KABUPATEN TANGERANG

Diajukan Oleh : Aisyah Najmi Herlidyaz

NIM : 2070201224

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Disetujui

Mengetahui,

Tangerang, 31 Juli 2024



Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

NIDN. 0429077605

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Tantry Widivanarti, M.Si

NIDN. 0403026803

Dosen Pembimbing

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI KOPI KENANGAN GRAND BATAVIA
DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN DI KABUPATEN TANGERANG

Oleh:

Aisyah Najmi Herlidyaz

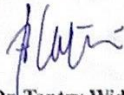
2070201224

Program Studi Ilmu Komunikasi

Telah diujikan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal 04 Agustus 2024

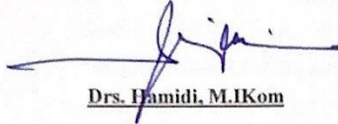
Ketua Sidang



Dr. Tantry Widiyanarti, M.Si

NIDN. 0403026803

Anggota Sidang 1



Drs. Hamidi, M.IKom

NIDN. 0405106606

Anggota Sidang 2



Megi Primagara, M.IKom

NIDN. 0416088302

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

NIDN. 0429077605

Motto dan Persembahan

“Ora et Labora”

Skripsi ini Penulis Persembahkan Kepada :

1. Kedua Orang Tua Tersayang Ibu dan Alm. Bapak
2. Tante saya Pressila Handayani
3. Karya ini saya persembahkan kepada Teman-teman seperjuangan saya di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Para rekan-rekan kerja saya yang senantiasa memberikan saya izin untuk berkuliah.
5. Terutama dan yang paling utama, saya persembahkan kepada diri saya sendiri yang sudah berhasil berjuang sampai sejauh ini.

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aisyah Najmi Herlidyaz
NIM : 2070201224
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tempat/Tanggal Lahir : Tangerang, 27 Februari 2002
Alamat : Jl. Flamboyan 1, K2/111, Kalideres, Jakarta Barat.

Dengan ini menyatakan bahwa :

A. Tugas akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul:

**KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI KOPI KENANGAN GRAND
BATAVIA DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN DI
KABUPATEN TANGERANG**

Adalah benar disusun/dibuat oleh saya sendiri dan jika kemudian hari diketahui berdasarkan bukti-bukti yang kuat ternyata Skripsi tersebut dibuat oleh orang lain atau diketahui bahwa Skripsi tersebut merupakan plagiat hasil karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya menerima segala akibat dan konsekuensi yang ditimbulkan berupa pembatalan/pencabutan gelar akademik dan siap mengulang kembali penyusunan skripsi dari awal.

B. Bahwa seluruh dokumen (Fotocopy Ijazah, fotocopy transkrip nilai) dan lain-lain sebagai persyaratan sidang adalah ASLI milik saya pribadi dan dapat saya pertanggung jawabkan keasliannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Tangerang, 31 Juli 2024



Aisyah Najmi Herlidyaz

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aisyah Najmi Herlidyaz
NIM : 2070201224
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Flamboyan 1, K2/111, Kalideres, Jakarta Barat.

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (Skripsi) saya yang berjudul :

**“KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI KOPI KENANGAN GRAND BATAVIA
DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN DI KABUPATEN TANGERANG.”**

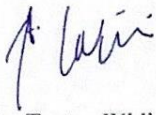
Bahwa karya ilmiah tersebut dapat dipublikasikan ulang dalam bentuk apapun baik di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Muhammadiyah Tangerang (UMT), maupun di lembaga penerbitan lainnya. Dalam hal proses penerbitannya, saya bersedia mengikuti ketentuan yang berlaku seperti yang terlampir pada Surat Pernyataan Publikasi ini. Surat Pernyataan Publikasi ini dibuat berdasarkan Surat Keterangan Dekan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Nomor: 002/KEP/III.3.AU/FISIP/X/2018. Tentang Naskah Skripsi yang akan dipublikasi secara internal maupun eksternal dalam jurnal.

Demikian Surat Pernyataan Publikasi ini saya buat tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun, semata-mata demi mendorong minat penelitian di lingkungan internal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Tangerang, 31 Juli 2024

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Dr. Tantry Widiyanarti, M.Si
NIDN: 0403026803



Aisyah Najmi Herlidyaz
NPM: 2070201224

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kenangan Grand Batavia Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Kabupaten Tangerang”**.

Adapun tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang, Tangerang, Banten.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak yang telah memberikan fasilitas, dukungan, serta pemberi bimbingan kepada peneliti selama proses penulisan skripsi ini. Atas tersusunnya skripsi ini, peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
2. Teruntuk kedua orang tua, Alm. Bapak Uggih Herlidyaz dan Ibu Sri Suryawati yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta do'a dalam penyusunan skripsi.
3. Teruntuk Tante Pressila Handayani yang selalu mensupport terutama dalam perkuliahan saya.
4. Dr. H. Ahmad Amarullah M.Pd sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Tangerang.
5. Dr. H. Achmad Kosasih, M.M. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
6. Dr. Mirza Shahreza M.I.K . selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Tangerang.
7. Fitri Susiswani Isbandi, S.Sos, M.Ikom. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
8. Dr. Tantry Widiyanarti, M.Si selaku dosen pembimbing selama proses skripsi ini, yang mana telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penelitian ini sehingga dapat selesai dalam waktu yang sudah ditentukan.
9. Diri saya sendiri Aisyah Najmi Herlidyaz dan Rekan seperjuangan peneliti yang tidak saya sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat saya dan ucapan terima kasih saya.
10. Tempat saya bekerja serta rekan rekan yang selalu memberikan izin untuk saya request jadwal untuk berkuliah.
11. Rekan-rekan seperjuangan saya, WLOP, INFO CWK, dari awal memasuki bangku perkuliahan hingga bisa di titik sekarang.

Dan semua pihak yang tidak saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti telah melewati banyak kendala, baik dari peneliti sendiri maupun dari luar. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran penulis harapkan demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini dapat berguna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang pada Khususnya.

Tangerang, 26 Juli 2024

Peneliti,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk dari komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Kedai Kopi Kenangan Grand Batavia dalam menarik minat beli konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan konsep pemasaran langsung dan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran kedai Kopi Kenangan Grand Batavia dalam menarik minat beli konsumen menerapkan teori komunikasi pemasaran yang mana di implementasikan menjadi periklanan, penjualan personal, hubungan masyarakat dan publisitas, *mobile marketing*, pemasaran online melalui media sosial, promosi penjualan, acara dan pengalaman serta melalui pemasaran langsung. Hal tersebut juga sangat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk barang dan jasa di Kopi Kenangan Grand Batavia.

Kata Kunci : Kedai Kopi, Kopi Kenangan, Komunikasi Pemasaran

ABSTRAC

This study aims to determine the form of marketing communication carried out by the Kenangan Grand Batavia Coffee Shop in attracting consumer buying interest. The research method used is qualitative by using a case study method of data collection through interviews, observation, and documentation. This study uses the concept of direct and digital marketing. The results of the study show that the marketing communication of the Kenangan Grand Batavia Coffee Shop in attracting consumer buying interest applies the theory of marketing communication which is implemented into advertising, personal selling, public relations and publicity, mobile marketing, online marketing through social media, sales promotions, events and experiences and through direct marketing. This also greatly influences the decision to purchase a product of goods and services at Kopi Kenangan Grand Batavia.

Keywords : Coffee Shop, Kopi Kenangan, *Marketing Communication*

DAFTAR ISI

<u>LEMBAR PERSETUJUAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>LEMBAR PENGESAHAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Motto dan Persembahan</u>	3
<u>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI</u>	5
<u>KATA PENGANTAR</u>	6
<u>ABSTRAK</u>	9
<u>DAFTAR ISI</u>	11
<u>BAB 1</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>PENDAHULUAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.2 Rumusan Masalah</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.3 Fokus Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.4 Tujuan Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.5 Manfaat Penulisan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.6 Sistematika Penulisan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB II</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>TINJAUAN PUSTAKA</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.1 Landasan Al-Qur'an</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.2 Penelitian Terdahulu</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.2.1 Tabel Penelitian Terdahulu</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.3 Landasan Teori</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.3.1 Komunikasi</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.3.2 Strategi Komunikasi</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.3.3 Strategi Komunikasi Pemasaran</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.3.4 Bauran Komunikasi Pemasaran</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.3.5 Minat Beli</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.4 Kerangka Pemikiran</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB III</u>	Error! Bookmark not defined.

<u>METODE PENELITIAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.1 Deskripsi Subjek / Objek, Tempat, Waktu Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.1.1 Subjek Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.1.2 Objek Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.1.3 Lokasi dan Waktu Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.2 Metode Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.3 Teknik Pengumpulan Data</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.3.1 Data Primer</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.3.2 Data Sekunder</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.4 Teknik Analisis Data</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.5 Teknik Keabsahan Data</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB IV</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>HASIL PENELITIAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.1 Gambaran Umum Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.1.1 Sejarah Kopi Kenangan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.1.2 Produk</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.1.3 Visi dan Misi</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.1.4 Logo Kopi Kenangan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.1.5 Letak Geografis Kopi Kenangan Grand Batavia</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.1.6 Struktur Manajemen Kopi Kenangan Grand Batavia</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.1.7 Deskripsi Subjek Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.2 Penyajian dan Analisis Data</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.3 Implementasi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kenangan Grand Batavia Dalam Menarik Minat Beli Konsumen</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB V</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>KESIMPULAN DAN SARAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>5.1 Kesimpulan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>5.2 Saran</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	Error! Bookmark not defined.