

**KOMUNIKASI PEMASARAN RESTORAN NUSANTARA KOPI
& RESTO DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PEMBELI**

Skripsi

Oleh :

Mochammad Hamzah Fadilah Hinduan

201910415228



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

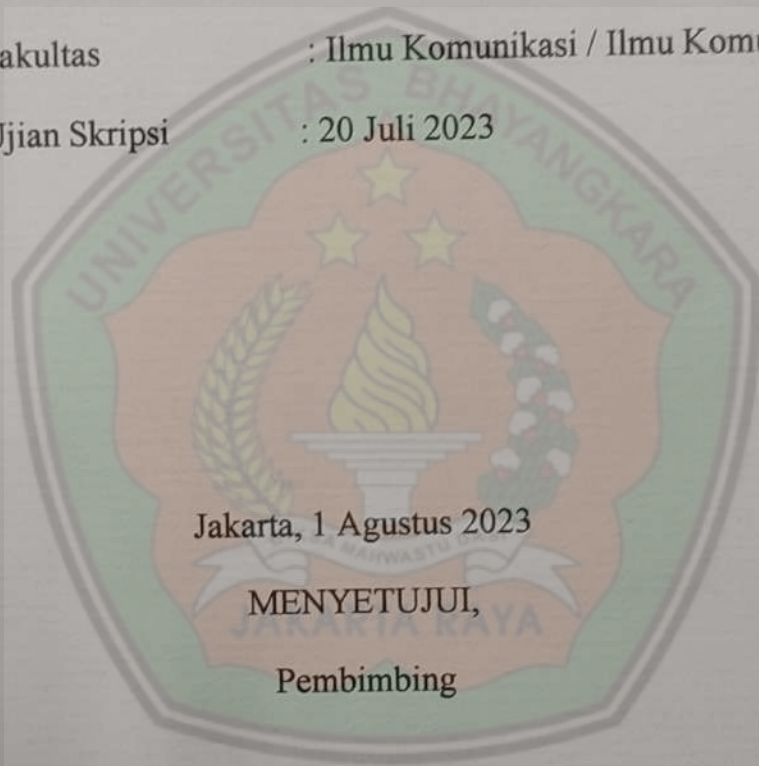
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Restoran Nusantara
Kopi & Resto Dalam Meningkatkan Jumlah
Pembeli

Nama Mahasiswa : Mochammad Hamzah Fadilah Hinduan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415228

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2023



Jakarta, 1 Agustus 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Fadli M. A.', is written over the printed name.

Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN 0327119701

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Restoran Nusantara
Kopi & Resto Dalam Meningkatkan
Jumlah Pembeli
Nama Mahasiswa : Mochammad Hamzah Fadilah Hinduan
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415228
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2023

Jakarta, 1 Agustus 2023
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H
NIDN. 312026604

Penguji : Fadli Muhammad Athalarik., S.I.Kom., M.Kom
NIDN. 0327119701

Sekretaris Penguji : Pagi Muhamad., S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0310038403

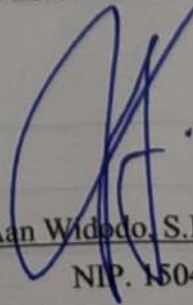
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP. 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul **Komunikasi Pemasaran Restoran Nusantara Kopi & Resto Dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali ada pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 1 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Mochammad Hamzah Fadilah Hinduan
201910415228

ABSTRAK

Mochammad Hamzah Fadilah Hinduan 201910415228. Komunikasi Pemasaran Restoran Nusantara Kopi & Resto Dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli.

Bisnis Cafe yang berkembang sering kali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Hal ini sering dikaitkan dengan pekerja atau orang-orang yang sibuk dengan aktivitas di luar rumah, laki-laki atau perempuan yang selalu mencari sesuatu yang praktis dan cepat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satunya adalah mencari makan dan minum di luar rumah. Selain untuk memenuhi kebutuhan utama makan dan minum.

Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Terdapat lima informan dalam penelitian ini yang terdiri dari dua key informan dan 3 informan pendukung.

Hasil penelitian ini menggunakan SWOT dan Bauran Pemasaran diantaranya promo *daily* dan konten *endorsement influencer*. Strategi komunikasi pemasaran yang diaplikasikan Nusantara Kopi & Resto menunjukkan keberhasilan karena terdapat peningkatan jumlah penjualan di Nusantara Kopi & Resto.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Nusantara Kopi & Resto, Bauran Pemasaran, SWOT.

ABSTRACT

Mochammad Hamzah Fadilah Hinduan 201910415228. Marketing Communication Of Restaurant Nusantara Kopi & Resto In Increasing buyer.

The growing Café business is often associated with increasingly high social mobility. This is often associated with workers or people who are busy with activities outside the home, men or women who are always looking for something practical and fast to meet their daily needs. One of them is looking for food and drink outside the house. In addition to meeting the main needs of eating and drinking.

This study used a qualitative Descriptive Method by collecting data through interviews, observation and documentation. There were five informants in this study consisting of two key informants and 3 supporting informants.

The results of this study used SWOT and Marketing Mix including daily promos and content endorsement influencers. The marketing communication strategy implemented by Nusantara Kopi & Resto has shown success because there has been an increase in sale at Nusantara Kopi & Resto.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Nusantara Coffee & Resto, Marketing Mix, SWOT.*

KATA PENGANTAR

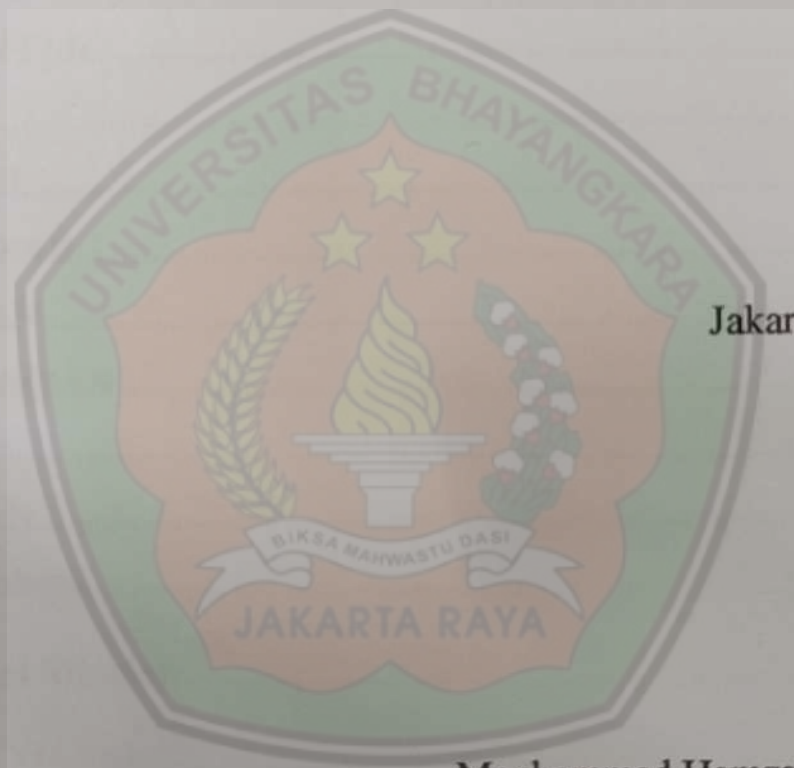
Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Swt, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Restoran Nusantara Kopi & Resto Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan”** ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Ilmu Komunikasi.

Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam rangka menyelesaikan penulisan Skripsi Penelitian ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, tetapi berkat kehendak-Nyalah sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan Skripsi penelitian ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H Bambang Karsono, SH., MM., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
4. Ibu Wa Ode Siti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom Dosen Pembimbing yang telah membantu untuk memberikan masukan, saran dan dukungan agar penelitian ini dapat selesai dengan sebaik-baiknya.
6. Terima kasih kepada keluarga peneliti yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan kepada peniliti agar peneliti dapat mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
7. Terima kasih kepada teman dan sahabat peneliti yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan kepada peniliti agar peneliti dapat mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik

Peneliti tentu menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna dan masih banyak kesalahan serta kekurangan dalam penulisannya. Dengan begitu peneliti tentunya mengharapkan masukan dan saran dalam Skripsi ini agar nantinya Skripsi penelitian ini dapat menjadi penelitian yang jauh lebih baik untuk kedepannya.

Demikian, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya, akhir kata peneliti mengucapkan sekian dan Terima Kasih.



Jakarta, 1 Agustus 2023

Mochammad Hamzah Fadilah Hinduan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Akademis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7

2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kerangka Konsep	10
2.2.1 Analisis SWOT	10
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran	13
2.2.4 Konsep Komunikasi Pemasaran	13
2.2.5 Bauran Marketing 7P	14
2.2.6 Pengertian Pelayanan	16
2.4 Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Metode Penelitian.....	18
3.3 Subjek Penelitian.....	19
3.4 Objek Penelitian.....	20
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.6 Teknik Analisis Data	21
3.7 Triangulasi Data	22
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	27
4.1.1 Objek Penelitian.....	27
4.1.2 Profil Informan.....	30

4.2 Hasil Penelitian	31
4.2.1 Analisis SWOT	31
4.2.2 Bauran Marketing	34
4.3 Pembahasan.....	48
4.3.1 Analisis SWOT	48
4.3.2 Bauran Marketing	50
BAB V PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran.....	55
1 Kegunaan Praktis	55
2 Kegunaan Teoritis	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profile Instagram Nusantara Kopi & Resto.....	3
Gambar 4.1 Nusantara Kopi & Resto.....	25
Gambar 4.2 Logo Nusantara Kopi & Resto.....	29
Gambar 4.3 Suasana Nusantara Kopi & Resto.....	31
Gambar 4.4 Wedang Uwuh.....	35
Gambar 4.5 Daftar Menu Nusantara Kopi & Resto	37
Gambar 4.6 Promo Daily	38
Gambar 4.7 Konten Endorsement Instagram	40
Gambar 4.8 Tampilan Maps Nusantara Kopi & Resto	41
Gambar 4.9 Rekrutmen Nusantara Kopi & Resto	42
Gambar 4.10 Tampilan Gojek Nusantara Kopi & Resto	43
Gambar 4.11 Tampilan Kasir Nusantara Kopi & Resto	44
Gambar 4.12 Presentasi Nusantara Kopi & Resto.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I** : Biodata Mahasiswa
- Lampiran II** : Kartu Bimbingan
- Lampiran III** : Form Perbaikan Sidang Skripsi
- Lampiran IV** : Pedoman Wawancara
- Lampiran V** : Transkrip Wawancara Key Informan
- Lampiran VI** : Transkrip Wawancara Informan Pendukung
- Lampiran VII** : Reduksi Data Key Informan
- Lampiran VIII** : Reduksi Data Informan Pendukung
- Lampiran IX** : Dokumentasi Penelitian

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Penjualan dari tahun 2021 – 2023.....	4
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Subjek Penelitian.....	19
Tabel 3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	24

