

ABSTRAK

RISMAWATI. 17824286

STRATEGI KOMUNIKASI KATI COFFEE CIKARANG DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN

Kata kunci: Coffee Shop, Strategi Komunikasi, Bauran Pemasaran

(xii+68+Lampiran)

Kati Coffee Cikarang telah menjadi salah satu tempat favorit bagi para pecinta kopi lokal khususnya *specialty coffee*. Penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kati Coffee Cikarang di tengah berkembangnya usaha yang berkembang dibidang F&B. Dengan tujuan untuk menjelaskan mengenai strategi komunikasi yang dilakukan Kati Coffee Cikarang dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif lapangan dengan mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kati Coffee Cikarang dengan melakukan wawancara mendalam dengan pengelola dan konsumen dan observasi langsung di Kati Coffee Cikarang yang dianggap perlu bagi peneliti. Penelitian ini menggunakan teori Bauran Pemasaran (*Product, Price, Place, and Promotion*) karena dengan menggunakan teori ini peneliti dapat membantu dalam memahami bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Kati Coffee Cikarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kati Coffee Cikarang berhasil mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Kati Coffee Cikarang berfokus pada produk yang dapat bersaing dengan *coffee shop* lainnya, selain itu barista yang informatif dan ramah, pelayanan berkualitas, pengalaman konsumen yang unik, sehingga Kati Coffee Cikarang telah berhasil membangun reputasi yang kuat dalam industri kopi lokal.

Daftar Pustaka (2013-2023)