

## ABSTRAK

**Agustinus Sahat Parulian, 10820025**

### **Strategi Komunikasi Pemasaran Caffe Warkop Naik Kelas Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung**

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, daya tarik, naik kelas ( xi + 83 + lampiran )

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Caffe Warkop Naik Kelas Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung di Kota Depok dan bisa mempertahankan juga memperkenalkan Brand nya sendiri kepada masyarakat. Menggunakan teori IMC (*Integrated Marketing Communication*) Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran pada Caffe Warkop Naik Kelas di kota Depok berdasarkan apa yang diperoleh peneliti melihat bahwa telah banyak metode, dan cara yang diterapkan Caffe Warkop Naik Kelas untuk menjangkau pasar seluas-luasnya melalui promosi dan penggunaan media sosial (Instagram dan Tiktok). Penggunaan penjualan dengan metode online melalui layanan Gojek dan Grab untuk menjangkau pelanggan lebih banyak.

Daftar pustaka (1990 – 2024)