

ABSTRAK

ANGELICA MAYDELIN. 10816838

STRATEGI PROMOSI KOPI TUKU CABANG CIPETE DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN

(Dibimbing Oleh Widiastiana Vista Wijaya S.I.Kom., M.I.Kom)

Kata kunci : Strategi, Strategi Promosi, Kopi Tuku. Konsumen
(x + 57 + Lampiran)

Penilitian ini dilakukan pada Coffee Shop Kopi Tuku Cabang Cipete untuk mengetahui strategi promosi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah konsumen. Penulis menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan Teori Bauran Promosi (Promotional Mix) karena bauran promosi menjelaskan mengenai kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain untuk mencapa tujuan program penjualan. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa dimanfaatkan Toko Kopi Tuku khususnya mempengaruhi masyarakat sekitar dengan cara mengulang ulang pesan kepada masyarakat sekitar dan melakukan riset kopi apa yang disukai oleh masyarakat sekitar dengan memberikan jenis kopi hasil riset kopi tuku secara berulang-ulang sampai menemukan hasil pembuatan kopi yang sesuai. Salah satu hasil dari segmen pasar yang membantu keberhasilan kopi tuku dengan terciptanya kopi susu tetangga hasil riset dan terkonsepnya strategi kopi tuku.

Daftar Pustaka : (1999-2016)