

## **ABSTRAK**

**Akmal Fariz, 10819397**

### **STRATEGI KOMUNIKASI GALLEON COFFEE MELALUI INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK PERILAKU TERENCANA KONSUMEN TERHADAP MENU “ESPRESSO TONIC”**

**Kata Kunci : Kedai Kopi; Strategi Komunikasi Pemasaran; Teori Perilaku Terencana**

(xii + 54+ Lampiran)

Maraknya kedai kopi di Jakarta semakin meningkat, terlebih lagi di wilayah Jakarta Selatan. Ketatnya persaingan bisnis, sekarang ini Galleon Coffee berusaha mempertahankan *brand* nya dengan ciri khas menu yang paling banyak diminati yakni “Espresso Tonic”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi galleon coffee melalui instagram dalam membentuk perilaku terencana konsumen terhadap menu “espresso tonic”. Strategi komunikasi pemasaran dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk maupun merek yang dijual. Kemudian akan merujuk kepada pembentukan keputusan konsumen yang dianalisa dengan menggunakan 3 indikator Teori Perilaku Terencana yakni sikap lingkungan, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik Galleon Coffee, Supervisi Galleon Coffee, dan 3 orang konsumen. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi Galleon Coffee melalui Instagram dinilai efektif dalam membentuk perilaku terencana konsumen, untuk mendatangi Galleon Coffe dan meningkatkan penjualan terhadap menu “Espresso Tonic”