

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KALLIA COFFEEDALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.kom)**

Oleh

HAFSAH ADELIA

NIM: 0105172098

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



**FAKULTASI ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA**

2021

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KALLIA COFFEE DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.kom)

Oleh

HAFSAH ADELIA

NIM. 0105172098



Program Studi Ilmu Komunikasi

Pembimbing 1

Drs. Syahrul Abidin, M.A

NIDN. 2002116502

Pembimbing 2

Nabila Yasmin, M.Phil

NIDN. 2019048902

**FAKULTASI ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA**

2021

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth. Dekan
Cq. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial
UIN Sumatera Utara Medan
Di Medan

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa proposal skripsi saudara :

Nama : Hafsah Adelia

NIM : 0105172098

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Kallia Coffee Dalam Meningkatkan Jumlah Pedagang

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial Jurusan/Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sebagai gagasan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Dengan ini kami berharap Skripsi saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas Perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Medan, September 2021

Pembimbing I



Drs. Syahrul Abidin, MA
NIDN. 2002116502

Pembimbing II




Nabila Yasmin, M.Phil
NIDN. 2019048902

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Kallia Coffee Dalam Meningkatkan Jumlah Pedagang” an Hafsah Adelia NIM 0105172098 program studi Ilmu Komunikasi telah dipertahankan dan dinyatakan lulus dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara pada tanggal 01 September 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

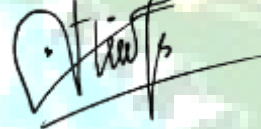
Medan, 01 September 2021

Ketua Panitia Munaqasyah



Dr. Muhammad Alfikri S.Sos, M.Si
NIDN. 2023038301

Sekretaris Panitia Munaqasyah



Dr. Solihah Titin Sumanti, M.Ag
NIDN. 2013067301

Penguji Skripsi I



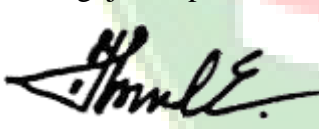
Dr. Anang Anas Azhar, MA
NIDN. 0104107401

Penguji Skripsi II



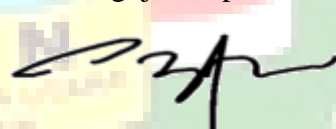
Dr. Hasan Sazali, MA
NIDN. 2022027604

Penguji Skripsi III



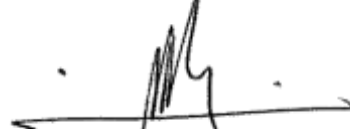
Drs. Syahrul Abidin, MA
NIDN. 2002116502

Penguji Skripsi IV



Nabila Yasmin, M.Phil
NIDN. 2019048902

Mengetahui,
Dekan FIS UINSU



Dr. Maraimbang, M.A
NIDN. 2029066903

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hafsah Adelia

NIM 0105172098

Tempat/Tgl Lahir : Medan, 25 Desember 1999

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang berjudul “**Strategi Komunikasi Pemasaran Kallia Coffee Dalam Meningkatkan Jumlah Pedagang**”, adalah benar hasil karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Medan, September 2021

Yang Membuat Pernyataan

Hafsah Adelia

NIM. 0105172098

ABSTRAK

NAMA : HAFSAH ADELIA
NIM : 0105172098
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tempat /Tanggal Lahir : Medan/25 Desember 1999
No.hp : 083164164885
Email : Hafsahadelia4@gmail.com

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Kallia Coffee dalam meningkatkan Jumlah Pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dengan subjek Tujuh orang yang terdiri dari satu owner, dua pegawai, dan empat pelanggan. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan Teori Philip Kotler & Kevil Lane.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif akan digunakan untuk menjelaskan data-data yang ditemukan di lapangan mengenai tema penelitian ini. Dimana metode tersebut selanjutnya akan dilakukan untuk mengetahui mengenai permasalahan yang menjadi tema penelitian dan data-data hasil survey akan dikenai pendekatan kualitatif berbentuk deskriptif yang akan menjelaskan dan menjawab rumusan masalah dari penelitian ini. Apabila dikaitkan hal diatas dengan masalah pokok penelitian mengenai komunikasi pemasaran seperti apa yang digunakan Kallia Coffee dalam meningkatkan jumlah konsumen, maka untuk menguraikan dan menelaah strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan teknik deskriptif dari subyek yang diteliti agar dapat sebanyak mungkin memperoleh data.

Penelitian ini berisi tentang strategi komunikasi pemasaran dimulai dari teknik pemasaran dilihat dari aspek teori 4P yakni product, price, place and promotion. Bentuk aktivitas promosi,serta tingkat hasil kepuasan pelanggan.

Kata kunci: komunikasi pemasaran, jumlah pelanggan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis sampaikan kepada Allah Subhanahuwataala, atas berkat dan rahmat-Nya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Adapun judul skripsi ini adalah “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KALLIA COFFEE DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN”.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengalami banyak kesulitan namun berkat bimbingan berbagai pihak lainnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya. Keberhasilan penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Syahrin Harahap, MA selaku rektor UIN Sumatera Utara dan Wakil Rektor I,II Dan III UIN serta segenap jajarannya yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat belajar dengan baik.
2. Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dr. Maraimbang Daulay, MA beserta staf dan jajarannya yang telah memberi kesempatan untuk penulis meraih gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial UIN SU.
3. Dosen Pembimbing I Penulis Bapak Drs. Syahrul Abidin,M.A dan Dosen Pembimbing II Bu Nabila Yasmin, M.Phil yang telah meluangkan waktunya guna memberikan bimbingan, bantuan, pengarahan, serta perbaikan terhadap penulisan skripsi ini.
4. Bapak Ketua Jurusan Dr. Muhammad Alfikri Matondang, S.Sos, M.Si dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Ibu Dr. Solihah Titin Sumanti, M.A yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi sehingga skripsi ini siap.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap Civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial UIN SU yang selama ini telah mendidik & memberikan Ilmunya

kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Ilmu Sosial UIN SU.

6. Bang Husni Pratama Putra dan Rangga A Kusumadiningrat pemilik Kallia Coffee yang mengizinkan peneliti untuk meneliti Coffee Shop mereka dan memberi ilmu-ilmu mereka mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran.
7. Kedua orang tua saya bapak Hendri S. Pd dan Ibu Rosnidawati Harahap yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis serta kasih sayang yang tiada hentinya agar penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
8. Kakak-Kakak saya Putri Handayani S.Pd dan Khairunnisa S,Pd, dan adik saya Mutiara Ulya Rahma serta abang-abang saya Fandy dan Ilham yang telah membantu dalam materi maupun suport.
9. Ponakan Kecil saya Rafif Husein Tanjung yang menyemangatin saya dalam menulis skripsi.
10. Sahabat- Sahabat saya Ananda Pranadya sari, Nurul Harvirna ,Devita sari lubis, Dinda Anjani, Halima hsb, Sintia Maya, Zanela Dwi Mega, Farah Ayasa Medina, Mawaddah Triana Hsb, Novita Putri, Shania Puspa, Nurhaliza Marpaung, Alda Baiti, Lala, Fika Amanda, Eep, Siti Devayanta ,Rahman Hidayat, Arnal Panadoli , dan Sondut .yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini dan yang sama-sama menyelesaikan S1..

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih untuk diri sendiri dan semua pihak yang telah berperan dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dalam dunia Marketing.

Medan, Agustus 2021

Penulis,
Hafsah Adelia

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	1
DAFTAR ISI.....	3
BAB I PENDAHULUAN.....	5
A. Latar Belakang Masalah	5
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Kegunaan/Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	12
A. Landasan Teoritis.....	12
1. Definisi Komunikasi	14
2. Konsep Strategi Komunikasi.....	15
3. Perencanaan Komunikasi	17
4. Hambatan-hambatan Komunikasi.....	19
5. Definisi Strategi.....	20
6. Definisi Komunikasi Pemasaran	23
7. Ciri-Ciri Komunikasi Pemasaran	25
8. Strategi Pemasaran	26
9. Model Komunikasi Pemasaran.....	31
10. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	32
11. Peran Komunikasi Pemasaran	33
12. Hubungan antara Strategi dengan Pemasaran	34
B. Kajian Terdahulu	35
C. Kerangka Berpikir	37

D. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
E. Visi, Misi dan Tujuan Kallia Coffee.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan Penelitian.....	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
C. Subjek Penelitian	42
D. Sumber Data	43
E. Instrument Penelitian.....	43
F. Teknik Pengumpulan Data	44
G. Teknik Keabsahan Data.....	45
H. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Strategi Pemasaran Kallia Coffee dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan	48
1. Strategi Product (Produk).....	48
2. Strategi Price (Harga).....	52
3. Strategi Place (Tempat).....	56
4. Strategi Promotion (Promosi).....	58
B. Kendala dalam Strategi Pemasaran Kallia Coffee.....	61
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	68