

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN RENEVA COFFEE AND ROASTERY DALAM
MENARIK MINAT BELI KONSUMEN**

SKRIPSI



Disusun oleh

Naufan Basala

19.96.1574

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN RENEVA COFFEE AND ROASTERY DALAM
MENARIK MINAT BELI KONSUMEN**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh:

Naufan Basala

19.96.1574

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN RENEA COFFEE AND
ROASTERY DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Naufan Basala
19.96.1574

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 22 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,



Nurfiyan Yudhistira, S.I.Kom. M.A

NIK. 190302435

PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN RENEA COFFEE AND
ROASTERY DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Naufan Basala

19.96.1574

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Agustus 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

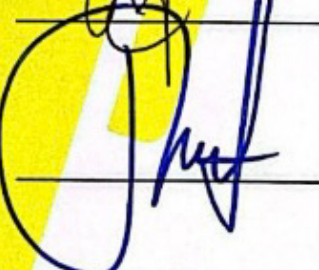
Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A
NIK. 190302435



Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIK. 190302485



Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom
NIK. 190302339



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 22 Agustus 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 4 Mei 2023



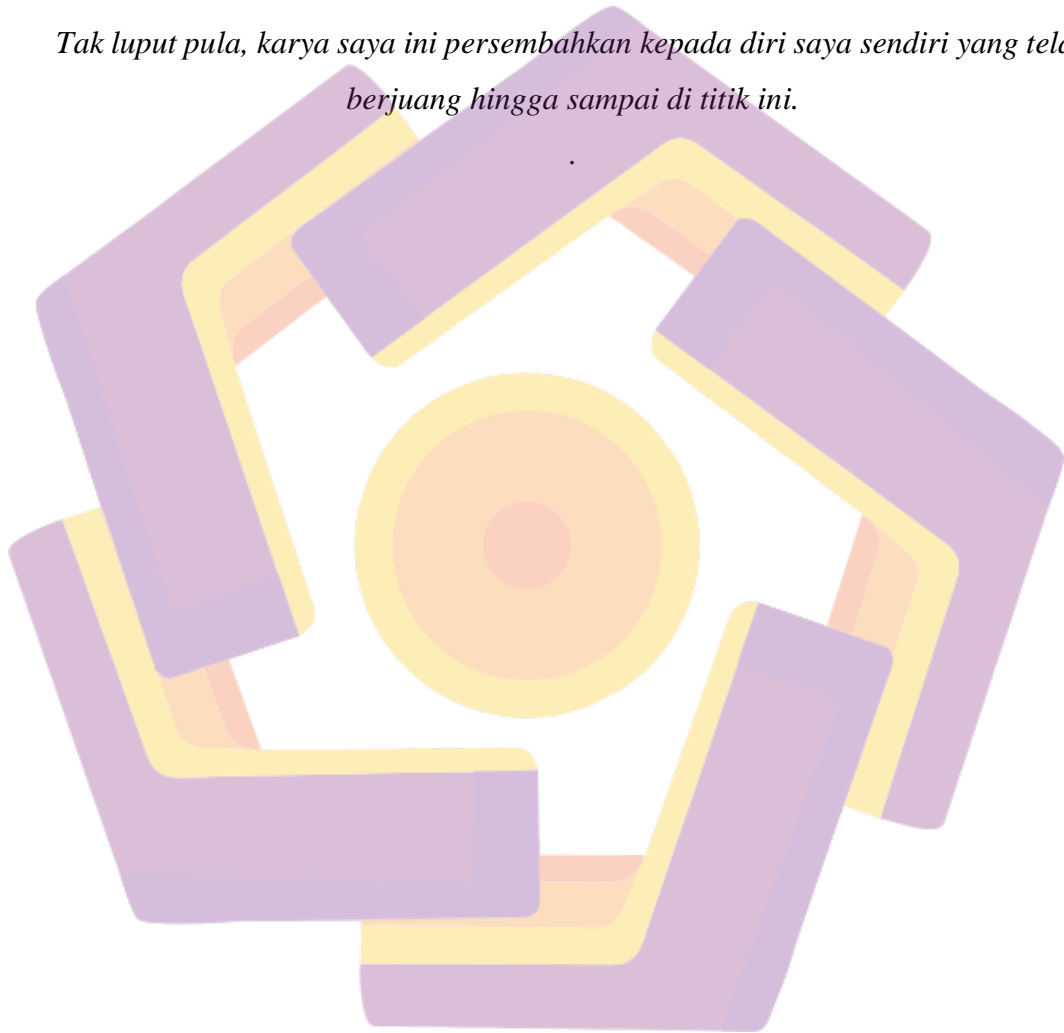
Naufan Basala

19.96.1574

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan hasil karya saya ini kepada orang tua saya tercinta Ibu dan Ayah. Terima kasih banyak atas dukungan, kasih sayang dan doa yang tiada henti kalian berikan kepada saya.

Tak luput pula, karya saya ini persembahkan kepada diri saya sendiri yang telah berjuang hingga sampai di titik ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Sehingga peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta)
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.M.Kom. (Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom,M.Eng. (Kaprodil Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A. (Pembimbing Skripsi)
5. Kedua orang tua, keluarga yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, dan untaian doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh pihak, sahabat, dan teman yang telah mendukung penulis selama ini.

Yogyakarta, 24 September 2024

Naufan Basala

DAFTAR ISI

Contents

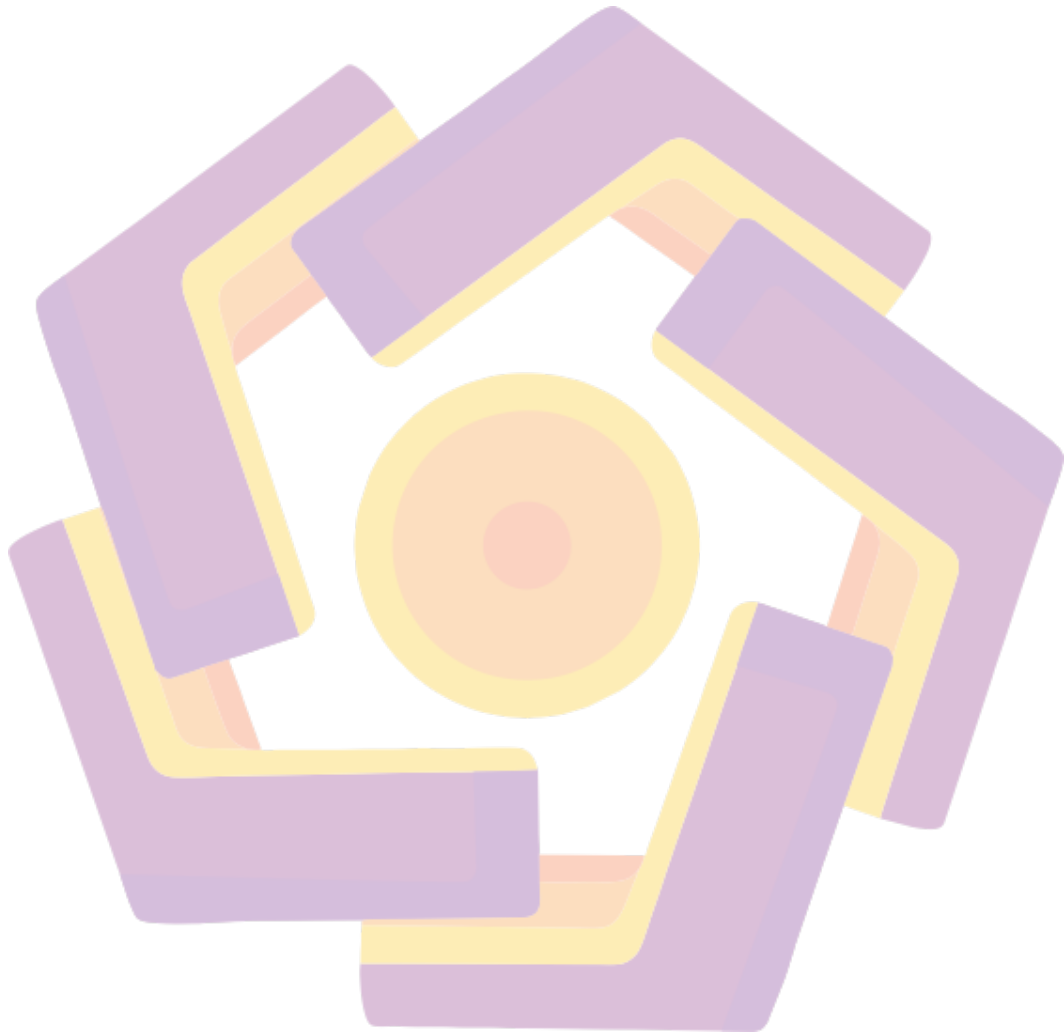
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8

1.6	Sistematika Bab	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		10
2.1	Penelitian Terdahulu	10
2.2	Landasan Teori.....	14
2.2.1	Pengertian Strategi Pemasaran	14
2.2.2	Indikator Strategi Pemasaran	20
2.2.3	Tujuan Strategi Pemasaran.....	32
2.2.4	Pengertian Minat Beli	32
2.2.5	Indikator Minat Beli.....	34
2.2.6	Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	34
2.3	Kerangka Berfikir	38
BAB III.....		39
3.1	Desain Penelitian	39
	Jenis Penelitian.....	39
	Metode Penelitian.....	40
	Paradigma Penelitian.....	41
3.2	Objek Penelitian dan Deskripsi Objek.....	42
3.3	Subjek Penelitian	42
3.3.1	Kriteria Narasumber.....	42
3.4	Jenis dan Sumber Data	44
3.4.1.	Sumber Data Primer	45
3.4.2.	Sumber Data Sekunder	45
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5.1	Observasi	46

3.5.2	Wawancara	47
3.6	Teknik Analisis Data.....	47
3.6.1	Pengumpulan Data.....	48
3.6.2	Reduksi Data.....	48
3.6.3	Penyajian Data.....	49
3.6.4	Menarik Kesimpulan atau Verifikasi	49
3.7	Triangulasi.....	50
3.7.1	Triangulasi Teknik.....	50
3.7.2	Triangulasi Waktu	50
3.7.3	Triangulasi Sumber Data.....	51
BAB IV	52
4.1	Hasil Penelitian.....	52
4.1.1	Deskripsi Hasil Wawancara	52
4.2	Pembahasan	61
BAB V	71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	76

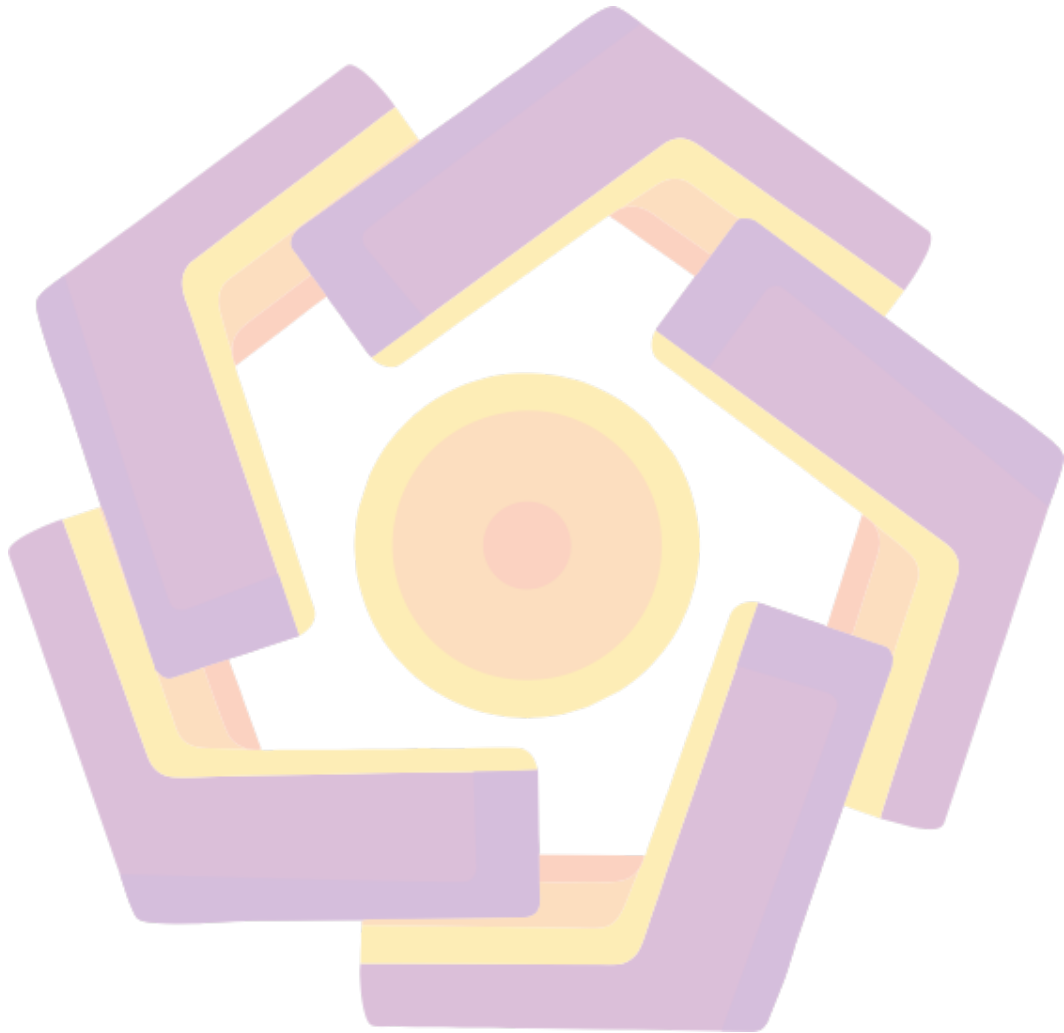
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan Renea Coffee.....	3
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian relevan Terdahulu.....	10



DAFTAR GAMBAR

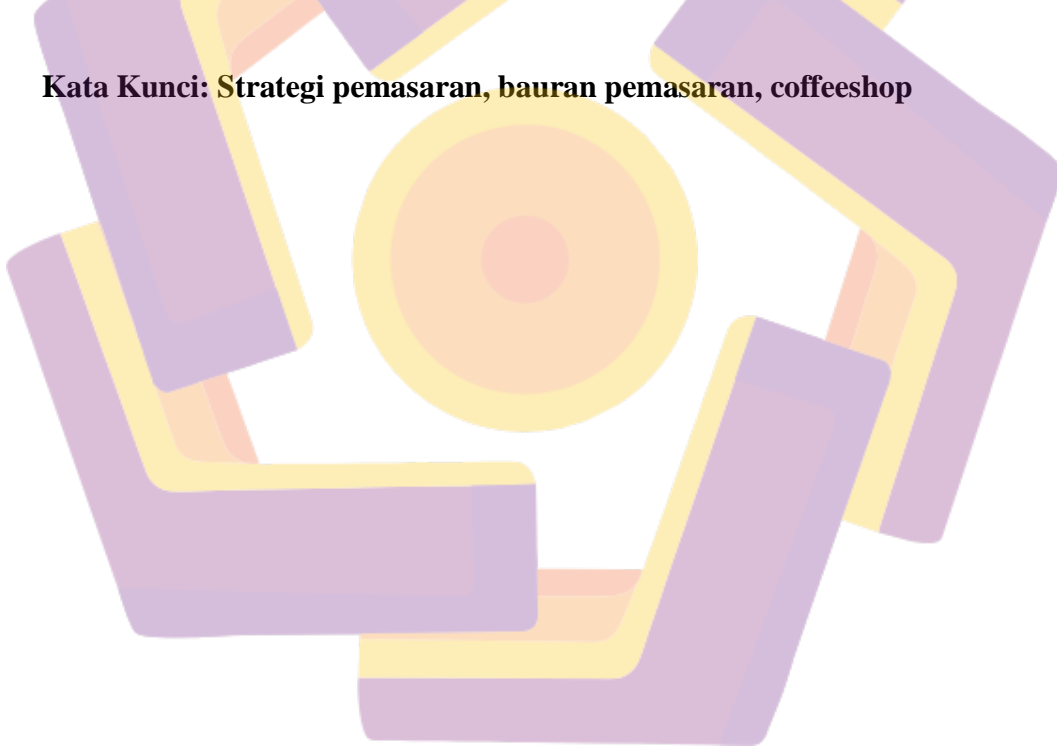
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	38
Gambar 4.2 Menu Makanan.....	63
Gambar 4.3 Menu Minuman	65
Gambar 4.4 Suasana Renea	66
Gambar 4.5 Promo bundling renea	67



INTISARI

Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang berpengaruh terhadap suatu bisnis atau usaha. Maka tidak heran jika setiap perusahaan melakukan berbagai macam strategi pemasaran agar dapat meningkatkan volume penjualannya. Dengan meningkatnya volume penjualan tersebut, maka perusahaan juga akan mendapat laba yang diinginkan. Disini peneliti akan meneliti tentang pengaruh strategi pemasaran yang diterapkan Renea coffee and roastery, untuk menarik minat beli konsumen. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori bauran pemasaran 7P untuk melihat indikator mana yang paling berpengaruh dalam menarik minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan paradigma post-positivisme. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua bauran pemasaran diterapkan dengan optimal oleh renea coffee and roastery sehingga berdampak pada pendapatan yang kurang stabil dan segmen pasar yang sempit.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, bauran pemasaran, coffeeshop



ABSTRACT

Marketing strategy is something that influences a business or business. So do not be surprised if every company performs various kinds of marketing strategies in order to increase sales volume. By increasing the sales volume, the company will also get the desired profit. Here researchers will examine the influence of the marketing strategy implemented by Renea coffee and roastery, to attract consumer buying interest. The theory used in this study is the 7P marketing mix theory to see which indicators are most influential in attracting consumer buying interest. This study uses a descriptive method with a post-positivism paradigm. The results of this study indicate that not all marketing mixes are implemented optimally by Renea Coffee and Roastery, resulting in less stable income and a narrow market segment.

Keywords: *Marketing strategy, marketing mix, coffee shop*

