

**STRATEGI PROMOSI BELLVA VVIP BAR &
KITCHEN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
PELANGGAN TAHUN 2016-2017**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Stara
1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

**Alifia Utami
20120530217**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 15 Desember 2017
Tempat : Ruang Rapat Ilmu Komunikasi
Nilai :



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada tanggal 15 Desember 2017

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alifia Utami

No. Mahasiswa : 20120530217

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : ISIPOL

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : Strategi Promosi Bellva VVIP Bar & Kitchen Dalam
Meningkatkan Jumlah Pelanggan Tahun 2016-2017

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dalam skripsi ini merupakan menjiplak karya orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 15 Desember 2017

Alifia Utami

MOTTO

HARI INI BERJUANG, BESOK RAIH KEMENANGAN!!!!

SUKSES ADALAH BERANI BERTINDAK DAN MEMILIKI PRINSIP!

HALAMAN PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK:

- **ORANG TUAKU (BAPAK DUANO NUGROHO DAN IBU MA'RIFATUN) YANG SELALU MENSUPPORT DAN MENDO'AKAN KEBERHASILAN ANAKMU INI.**
- **ADIK-ADIKKU MUTIARA DAN SYARAH YANG TELAH MENDUKUNG KAKAKMU DALAM MENYELESAIKAN SKRIPSI.**
- **SEMUA KELUARGA BESARKU YANG SELALU MENDOAKAN KESUKSESANKU**
- **KEPADA MBAHKU YANG SANGAT MENYAYANGIKU.**

I LOVE YOU SO MUCH...!

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Advertising**

Alifia Utami
20120530217

Strategi Promosi Bellva VVIP Bar & Kitchen Dalam Meningkatkan
Pelanggan Tahun 2016-2017
Tahun Skripsi : 2017 + 93 Halaman
Daftar Pustaka : 13 Buku + 2 Sumber Lain

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang strategi promosi yang dilakukan oleh Bellva VVIP Bar & Kitchen dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada tahun 2016-2017. Bellva VVIP Bar & Kitchen adalah salah satu perusahaan dibidang makanan dan minuman yang disebut sebagai Bar & Kitchen. Tetapi selain menjual produk makanan dan minuman, Bellva juga menjual suasana yang tentunya berbeda dari bar & kitchen lainnya yang ada di kota Yogyakarta. Tentu saja Bellva VVIP Bar & Kitchen memiliki berbagai macam strategi promosi yang sudah dilakukan agar Bellva juga lebih dikenal oleh khalayak luas. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh Bellva VVIP Bar & Kitchen dalam meningkatkan pelanggan pada tahun 2016-2017, kerangka teori yang digunakan adalah strategi promosi, promosi dan promosi restoran. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif, sehingga dalam penelitian ini akan menjelaskan, menggambarkan, dan menguraikan segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, lokasi penelitian ini adalah di Hartono Mall blok 10-11 jalan Ringroad Utara Condongcatur Sleman D.I.Y. teknik pengumpulan data dengan wawancara dan studi pustaka. Sedangkan teknik analisa data dan penyajian data dengan mengumpulkan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Bellva VVIP Bar & Kitchen sudah cukup baik. Serta bauran promosi yang dipakai adalah periklanan, word of mouth, publikasi, penjualan personal, pemasaran langsung dan media interaktif. Dari hasil penelitian bauran promosi yang paling efektif adalah adanya penggunaan periklanan dan media interaktif.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Promosi, Bellva VVIP Bar & Kitchen

**University of Muhammadiyah Yogyakarta
faculty of Social Science and Political Science
Department of Communication Studies
Concentration Advertising**

Alifia Utami
20120530217

Promotion Strategy of Bellva VVIP Bar & Kitchen to Increase Customers
Year 2016-2017

Thesis Year: 2017 + 93 Pages

References: 13 books + 2 other sources

ABSTRACT

This study discusses the promotional strategies undertaken by Bellva VVIP Bar & Kitchen in increasing the number of customers in 2016-2017. Bellva VVIP Bar & Kitchen is a food and beverage company called Bar & Kitchen. But in addition to selling food and beverage products, Bellva also sell an atmosphere that is different from other bars & kitchen in the city of Yogyakarta. Of course Bellva VVIP Bar & Kitchen has a variety of promotional strategies that have been done so that Bellva is also better known by the wider audience. This study aims to describe the promotional strategy undertaken by Bellva VVIP Bar & Kitchen in improving the customer in the year 2016-2017, theoretical framework used is promotion strategy, promotion and promotion of restaurant. The research type is descriptive qualitative research, so in this research will explain, describe and describe everything related to the problem under study, the location of this research is in Hartono Mall block 10-11 North Ringroad road Condongcatur Sleman D.I.Y. data collection techniques by interview and literature study. While the technique of data analysis and data presentation by collecting data, data reduction, data presentation and conclusion.

The results of this study illustrate that the promotional strategy undertaken by Bellva VVIP Bar & Kitchen is quite good. As well as promotional mix used is advertising, word of mouth, publications, personal sales, direct marketing and interactive media. From the research results of the most effective marketing mix is the use of advertising and interactive media.

Keywords: Promotion Strategy, Promotion, Bellva VVIP Bar & Kitchen

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim,

Assalamualaikum Wr, Wb

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran kepada penulis selama menjalani jenjang perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada nabi besar Muhammad SAW, serta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Skripsi yang berjudul **“Strategi Promosi Bellva VVIP Bar & Kitchen Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Tahun 2016-2017”** diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Stara Satu (S-1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Tersusunnya skripsi ini berdasarkan adanya bantuan yang telah diberikan oleh berbagai pihak dan untuk itulah penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Haryadi Nur Rasyid, S.IP, M.Si. selaku dosen pembimbing 1 yang tiada lelah selalu memberikan arahan bagi mahasiswa-mahasiswanya.
2. selaku dosen penguji yang baik hati, arif dan bijaksana.
3. Mas Rizal dan Mas Kemal, yang sangat berarti dalam penelitian ini. Yang selalu meluangkan waktu untuk diwawancara dan dimintain data-data terkait penelitian saya.
4. Terima kasih juga buat seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi UMY yang telah memberikan ilmu-ilmunya kepada kami.
5. Pak Jono dan Pak Mur selaku petugas TU yang baik hati.

6. Kepada Papa tercinta Duano Nugroho , Mama Ma'rifatun. Ma,Pa Terima kasih untuk semuanya.. Terima kasih untuk cinta dan kasih sayangnya.. Terimakasih selalu mendoakan untuk keberhasilanku.
7. Terima kasih juga buat seluruh keluarga tercinta. Dukungan dan doa-doa dari kalian semua sangat berarti.
8. Terimakasih untuk orang yang special Bayu Dian Ady yang telah memberikan support walaupun dari jauh.
9. Teman-teman dan Sahabatku, Tataw, Anisa Asholihah, Wahyu Agung, Yudha, Mbak Ana, Mas Bobby, Keken makasih yaaaa semuanyaa. Kalian terbaik!

Sebagai manusia biasa penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Penulis yakin skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bantuan dan motivasi dari berbagai pihak hingga akhirnya skripsi ini selesai. Semoga Allah memberikan balasan yang lebih baik, Amiin.

Wassalamualaikum Wr, Wb

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI	x
BAB 1 Pendahuluan	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Secara Teoritis	8
2. Secara Praktis	8
E. Kerangka Teori	8
F. Metodologi Penelitian	30
BAB II Gambaran Umum Bellva VVIP Bar & Kitchen	
A. Profil Bellva VVIP Bar & Kitchen	35

B. Visi	37
C. Misi	37
D. Logo dan Identitas Perusahaan	37
E. Produk	39
F. Manajemen.....	41
G. Struktur Organisasi	43

BAB III Sajian Data dan Pembahasan

A. Sajian Data	44
1. Tahapan Perencanaan Strategi Bellva VVIP Bar & Kitchen	44
2. Memutuskan Bauran Promosi.....	52
3. Pemasaran Kuliner.....	65
B. Pembahasan	72

BAB IV Penutup

A. Kesimpulan	91
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN