

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI ADVERTISING

Nama : Ahmad Muzakky Riza

NIM : 20120530074

**Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Menghadapi
Persaingan Pada Luk Coffe & Book Yogyakarta Tahun 2015-2017**

Tahun Skripsi : 2018 + 99 halaman + 2 lampiran + 3 tabel

Daftar Pustaka : 16 buku + 12 jurnal + 0 website

Konsumen adalah prioritas utama bagi cafe ini, maka dari itu Luk Coffe & Book selalu mengutamakan kualitas pelayanan dan promosi dalam meningkatkan penjualan. Namun akhir-akhir ini diketahui bahwa kebanyakan pelanggan yang datang hanya pelanggan yang rata-rata sudah pernah berkunjung ke cafe ini dan pemilik cafe terkendala dalam melakukan komunikasi pemasaran guna meningkatkan jumlah pelanggan yang berdampak pada hasil penjualan. Hal tersebut disebabkan karena adanya ancaman dan kelemahan dari kafe ini.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian adalah 3 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi pemasaran Luk Coffe & Book Yogyakarta dilakukan dengan upaya penyampaian pesan akan produk baru yang dihasilkan yaitu dengan pemilihan media secara online maupun offline. Selain itu pendekatan langsung ke konsumen juga telah sering dilakukan oleh pemilik dan karyawan Luk Coffe & Book Yogyakarta.

Penerapan strategi komunikasi pemasaran Luk Coffe & Book Yogyakarta dilakukan dengan upaya penyampaian pesan akan produk baru yang dihasilkan yaitu dengan pemilihan media secara online maupun offline.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi pemasaran, Bauran promosi

ABSTRACT

UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE

DEPARTMENT OF SCIENCE COMMUNICATION

ADVERTISING CONCENTRATION

Name : Ahmad Muzakky Riza

NIM : 20120530074

**Title Thesis : Marketing Communication Strategy To Face Competition At
Luk Coffe & Book Yogyakarta Year 2015-2017**

Year Thesis : 2018 + 99 page + 2 attachment + 3 tables

References : 16 books + 12 journals + 0 websites

Consumers are the top priority for this cafe, therefore Luk Coffe & Book always put the quality of service and promotion in increasing sales. But lately it is known that most customers who come only average customers who have been to this cafe and cafe owner constrained in marketing communication to increase the number of customers that impact on sales results. This is due to the threats and weaknesses of this cafe.

This research uses descriptive qualitative research method. Data collection is done by interview and documentation. Informants in the study were 3 people. The results of this study indicate that the implementation of marketing communication strategy Luk Coffe & Book Yogyakarta done with efforts to deliver a message will be a new product that is produced by the selection of media online and offline. In addition, the direct approach to consumers has also been frequently done by owners and employees of Luk Coffe & Book Yogyakarta.

The implementation of marketing communication strategy of Luk Coffe & Book Yogyakarta is done by efforts to deliver the message of new product that is produced by choosing the media online and offline.

Keywords : Communication Strategy, Marketing Communication, Promotion mix