

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agni Kahuripan

NIM : 20120530111

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *advertising*

Unirversitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjaanya.

Yogyakarta, Mei 2018

Penulis

Agni Kahuripan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah berkah dalem puji tuhan,

Saya bersyukur dan berterimakasih atas segala yang telah diberikan hingga saat ini sehingga saya mampu menuntaskan skripsi ini guna menepati tanggung jawab saya kepada diri sendiri dan kepada orang tua saya.

Terimakasih untuk alam semesta

Terimakasih bapak dan ibu

Terimakasih untuk keluarga, sahabat, teman, dan orang yang membenci

Terimakasih untuk para dosen yang telah membuat saya berproses

Terimakasih Tegar Satya telah menyelamatkan hidup dari rasa putus asa

Terimakasih Kurniawan Andre telah memotivasi dan membimbing skripsi ini

Terimakasih kepada Putri Annisa sebagai wanita menemani proses dengan sabar

Terimakasih Rio Kamil telah menghibur disaat bingung

Terimakasih pada semua teman yang memotivasi

Terimakasih untuk teman yang membenci

Terimakasih ivy coffee

Terimakasih teknologi masa kini

Terimakasih.

KATA PENGANTAR

Assalammualaikum Wr. Wb

Syukur alhamdulillah yang tak terkira dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, kasih sayang, hidayah dan kesehatan serta kemudahan kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Selain bagian dari proses panjang yang telah berhasil dilewati, karya tulis yang sederhana namun sangat berharga bagi penulis ini berjudul “**AKTIVITAS *PERSONAL SELLING* WARUNG KOPI MR.BEANS DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG PADA TAHUN 2017**” disusun untuk melengkapi tugas sebagai mahasiswa guna menempuh syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Atas selesainya penyusunan skripsi ini, tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, SIP., M.Sc, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Sovia Sitta, S.IP., M.Si, selaku dosen pembimbing penulis. Terimakasih atas nasehat, saran dan masukan serta memberikan koreksi dalam penulisan skripsi ini, dan juga kesabaran dalam memmbimbing penulis.
3. Bapak Budi Dwi Ariffianto, S.Sn., M.Sn. selaku dosen penguji. Terimakasih atas masukan serta memberikan koreksi terhadap skripsi penulis sehingga menjadi sempurna.

4. Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP.,M.I.Kom. selaku dosen penguji. Terimakasih atas masukan serta memberikan koreksi terhadap skripsi penulis sehingga menjadi sempurna.
5. Dosen, staf dan karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah banyak membantu penulis.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih untuk bantuannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, Mei 2018

MOTTO

“TERBENTUR, TERBENTUR, TERBENTUR, TERBENTUK”

-TAN MALAKA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Teori	8
1. Komunikasi Pemasaran.....	8
2. Strategi Promosi.....	9
3. Rencana Promosi.....	10
4. Personal Selling.....	12
5. Komunikasi Interpersonal.....	19
F. Sistematika Penulisan.....	26
G. Metode Penelitian	27

1. Jenis Penelitian.....	27
2. Lokasi Penelitian.....	28
3. Teknik Pengumpula Data.....	28
H. Teknik Analisis Data	30
BAB 2 : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	33
A.Sejarah Warung Kopi Mr.Beans.....	33
B.Aspek Manajemen	34
C.Logo Warung Kopi Mr.Beans	35
D.Target.....	39
E.Struktur Organisasi	39
BAB 3 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A.Penyajian Data dan Analisis data	41
1. Personal Selling.....	41
BAB 4 : KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A.Kesimpulan	65
B.Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data pembukuan penjualan Mr.Beans	7
--	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. logo Mr.Beans	35
Gambar 2.2.Vietnam Drip.....	37
Gambar 2.3.Kopi Tubruk.....	37
Gambar 2.4.V60.....	38
Gambar 2.5.French Press	38
Gambar 3.1.Pendekatan dengan calon Konsumen.....	52
Gambar 3.2.Pengenalan Produk Kepada Calon Konsumen.....	54
Gambar 3.3.Kegiatan Open Bar	57