

ASBTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Komunikasi Iklan Konsentrasi Periklanan

M. Beny Baskoro (20120530232)

Strategi Promosi Secret Garden Coffee dan Chocolate Yogyakarta Dalam Meningkatkan Minat Calon Konsumen Pada 2016 – 2017

Tahun Skripsi : 2019 + 93 Halaman + 5 Lampiran + 30 Gambar

Daftar Kepustakaan : 11 Buku + 1 Sumber Internet

Secret Garden Coffe and chocolate adalah restoran dengan menu makanan Indonesia yang menyatu dengan pengaruh barat dan oriental. Ia juga menawarkan konsep-konsep menarik seperti melihat langsung, desain interior modern perkotaan, dan juga mempromosikan makanan enak dengan melarang penggunaan msg.

Objek penelitian ini adalah Secret Garden Coffe and Chocolate. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi promosi Secret Garden Coffe and Chocolate untuk meningkatkan jumlah konsumen. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Lokasi Secret Garden Coffe and Chocolate ada di Jl. Prof. DR. Ki Amri Yahya no.2 Pakuncen, Wirobrajan kota Yogyakarta, dan data diperoleh dengan mewawancarai dua informan, yang merupakan pemilik dan pengawas restoran. Metode pengumpulan data melalui wawancara, didukung oleh dokumentasi yang tepat. Metode analisis data adalah deskriptif kualitatif, kemudian validitas diuji dengan triangulasi sumber data.

Dengan demikian, setelah penulis melakukan penelitian di Secret Garden Coffe and Chocolate, kesimpulannya adalah bahwa strategi promosi yang digunakan oleh Secret Garden untuk meningkatkan jumlah konsumen adalah dengan menekankan citra merek, atau dengan kata lain, meningkatkan citra makanan enak seperti tagline-nya "*good food, good plce and go green*". Tagline itu adalah pesan yang ingin mereka sampaikan kepada konsumen.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Meningkatkan Konsumen, Bauran Promosi

ASBTRACT

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

M. Beny Baskoro (20120530232)

Promotion Strategy Secret Garden Coffee and Chocolate Yogyakarta in Increasing the Interest of Prospective Consumers in 2016 – 2017

Script Years : 2019 + 93 Pages + 5 Attachment + 30 Pictures

Literature List : 11 Books + 1 Internet Sources

Secret Garden Coffe and Chocolate is a restaurant with a menu of Indonesian foods fused with western and oriental influence. It also offers interesting conceptsuch as live cooking, urban modern interior design, and also promoting good food by prohibitingthe usage of msg.

The object of this research is Secret Garden Coffe and Chocolate. The aim of this study was to describe the promotion strategy of Secret Garden Coffe and Chocolate to increase the number of consumer. This study is aqualitative study using descriptive methods. Secret Garden Coffe and Chocolate location is on Jl. Prof. DR. Ki Amri Yahya no.2 Pakuncen, Wirobrajan Yogyakarta city, and data were obtained by interviewing two informants, wich were owner and supervisor of the restaurant. The method of data collecting was through interviews, supported by proper documentation. The data analysis method was qualitative descriptive, then the validity was tested with triangulation of data sources

Thus, after the author conducted research in Secret Garden Coffe and Chocolate, the conclusion is that the promotion strategy used by Secret Garden to increase the number of consumers was by emphasizing brand image, or in other words, increasing the image of good food just like its tagline "good food, good place and go green. That tag line was the message they wanted to deliver to consumer.

KeyWords : Promotional Strategy, Increase Consumer, Promotion Mix