

THE PROMOTIONAL STRATEGIES COFFEE TOFFEE MAGELANG IN INCREASING THE NUMBER OF VISITOR IN 2016-2017

WAHYU AGUNG PRABOWO

ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

EMAIL : agungprabowo966@yahoo.com

ABSTRACT

This study discusses the promotional strategies undertaken by Coffee Toffee in increasing the number of visitor in 2016-2017. Coffee Toffee is one of the companies in the field of food and beverages called cafe. But besides selling food and beverage products, Toffee Coffee also sells an atmosphere that is certainly different from other cafes in the city of Magelang. Of course, Coffee Toffee has a variety of promotional strategies that have been done to increase the number of visitors and Coffee Toffee is also better known by a wide audience. This study aims to describe the promotion strategy undertaken by Coffee Toffee in increasing visitors in 2016-2017, theoretical framework used is promotion strategy, promotion and promotion of restaurant. The type of research conducted is qualitative descriptive research, so that in this research will explain, describe, and describe everything related to the problem under study, the location of this research is at Jl. Jendral Sudirman, South Tidar, Magelang, Central Java. data collection techniques by interview and literature study. While data analysis techniques and data presentation by collecting data, data reduction, data presentation, and conclusion.

The result of this study illustrates that the promotional strategy undertaken by Coffee Toffee is good. Coffee Toffee takes steps with the planning, implementation and evaluation process. The promotional tools used are advestising (advertising), publicity, personal selling, sales promotion, and direct marketing. While the strategy Coffee Toffee uses media promotion strategies. From the research results show that this research is in accordance with the theory used in the study.

Keyword: Promotional strategies

STRATEGI PROMOSI KAFE COFFEE TOFFEE MAGELANG DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG TAHUN 2016-2017

WAHYU AGUNG PRABOWO

ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

EMAIL : agungprabowo966@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang strategi promosi yang dilakukan oleh Coffee Toffee dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada tahun 2016-2017. Coffee Toffee adalah salah satu perusahaan dibidang makanan dan minuman yang disebut sebagai cafe. Tetapi selain menjual produk makanan dan minuman, Coffee Toffee juga menjual suasana yang tentunya berbeda dari café lainnya yang ada di kota Magelang. Tentu saja Coffee Toffee memiliki berbagai macam strategi promosi yang sudah dilakukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan agar Coffee Toffee juga lebih dikenal oleh khalayak luas. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh Coffee Toffee dalam meningkatkan pengunjung 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 Jl. Jendral Sudirman, Tidar Selatan, Magelang Jawa Tengah. 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 Coffee Toffee sudah baik. Coffee Toffee melakukan langkah-langkah dengan proses perencanaan, implementasi serta evaluasi. Alat-alat promosi yang digunakan adalah advestising (periklanan), publisitas, penjualan personal, promosi penjualan, dan pemasaran langsung. Sedangkan strateginya Coffee Toffee menggunakan strategi promosi media. Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian.

Kata kunci : Strategi promosi