

ABSTRAK

(A) BUNGA FEBRIANA (915150201)

(B) STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN COFFEE BROKER DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN.

(C) xii+ 58 hlm, 2019, 4 gambar, 6 lampiran.

(D) *PUBLIC RELATIONS*.

Abstrak: Dengan banyaknya persaingan bisnis di Indonesia, banyak pebisnis yang harus memikirkan pentingnya strategi komunikasi pemasaran dalam memasarkan produk dan jasanya. Coffee Broker adalah kedai kopi yang menyediakan macam-macam kopi yang dapat dinikmati masyarakat. Namun, dengan banyaknya *Coffee Shop* di Indonesia, dibutuhkan strategi yang tepat dalam upayanya meningkatkan jumlah pelanggan. Oleh karena itu, Coffee Broker telah menerapkan beberapa strategi dalam mempromosikan dan mengenalkan produknya kepada masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Coffee Broker dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi partisipan, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menggunakan beberapa bauran komunikasi pemasaran yang diantaranya Iklan, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Penjualan Personal serta *Word of Mouth* sebagai elemen penunjang komunikasi pemasaran Coffee Broker. Strategi Komunikasi Pemasaran yang diaplikasikan Coffee Broker menunjukkan keberhasilan karena terdapat peningkatan jumlah pelanggan di Coffee Broker.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Coffee Broker, Bauran Komunikasi pemasaran, *Word of Mouth*.

(E) DAFTAR PUSTAKA 15 Buku (2002-2019), 3 e-jurnal, 1 sumber *online*.

(F) Yugih Setyanto S.Sos., M.Si