

**“MARKETING MIX PUBLIC RELATIONS STARBUCKS
COFFEE INDONESIA DALAM MEMBANGUN BRAND
IMAGE CUSTOMERS BARU”**

(Studi pada Starbucks Coffee cabang Bintaro Plaza Tangerang)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

NURUL FATIMAH

051203503125113

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2017

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN ILMU POLITIK

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Nurul Fatimah
NIM : 051203503125113
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

**MARKETING MIX PUBLIC RELATIONS STARBUKCS COFFEE
INDONESIA DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE CUSTOMERS BARU
(Studi Starbucks Coffee Cabang Bintaro Plaza)**

Jumlah Halaman : xiv + 81 halaman + 14 lampiran
Bibliografi : 15 Buku (2005 – 2014); 2 Artikel

ABSTRAK

Dengan semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis coffee shop kini. Hal ini mengharuskan Starbucks Coffee Bintaro Plaza untuk menarik minat customers baru dengan cara membangun brand image terhadap brand Starbucks Coffee sendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana marketing public relations dalam membangun brand image melalui program marketing mix komunikasi. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk mengetahui antusias customers terhadap brand Starbucks Coffee Bintaro Plaza. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan wawancara dan observasi untuk mengumpulkan data primer, serta studi pustaka dan dokumentasi untuk memperoleh data sekunder. Hasil dari penelitian ini adalah dari data yang ada, program marketing public relations yang dilakukan PT Sari Coffee Indonesia sebagai salah satu strategi dalam membangun brand image melalui program promotion. Adanya image pada brand Starbucks dan marketing public relations sebagai image maker yang menjalankan perannya sehingga PT Sari Coffee Indonesia mendapatkan penilaian positif dari masyarakat.

Kata Kunci : Marketing Mix, Brand Image

Dosen Pembimbing : 1. Indah Kurniawati, S.Sos, M.Si
2. Agus Budiana, S.Sos, M.Ikom

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAME : Nurul Fatimah
NIM : 051203503125113
STUDY PROGRAM : Communication Science
MAJOR : Public Relations

**MARKETING MIX PUBLIC RELATIONS STARBUKCS COFFEE
INDONESIA IN BUILDING BRAND IMAGE NEW CUSTOMERS
(Studi Starbucks Coffee Cabang Bintaro Plaza)**

Number of pages : xiv + 81 halaman + 14 lampiran
Bibliography : 15 Buku (2005 – 2014); 2 Artikel

ABSTRACT

With the increasing competition in the coffee shop business now. This requires Starbucks Coffee Bintaro Plaza to attract new customers by building brand image of Starbucks Coffee brand itself. The purpose of this research is to know how marketing public relations in building brand image through marketing mix communication program. In addition, the other goal is to know the enthusiastic customers of Starbucks Coffee Bintaro Plaza brand. In this study researchers used qualitative research methods. Data collection techniques used by researchers is by interview and observation to collect primary data, as well as literature study and documentation to obtain secondary data. The result of this research is from existing data, marketing public relations program conducted by PT Sari Coffee Indonesia as one of strategy in developing brand image through promotion program. The image on Starbucks brand and marketing public relations as an image maker that runs its role so that PT Sari Coffee Indonesia get a positive assessment from the public.

Key Note : Marketing Mix, Brand Image

Dosen Pembimbing : 1. Indah Kurniawati, S.Sos, M.Si
2. Agus Budiana, S.Sos, M.Ikom