

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN *COFFEE SHOP KOPI*

BABEH (KOBEB) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi – S1



Oleh:

Nama : Helen Maria (maria15ellen@gmail.com)

NIM : 051603503125073

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA NDONESIA

JAKARTA

2020

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulisan saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain. Kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan didalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya akan menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 27 Agustus 2020
Yang Membuat Pernyataan



(Helen Maria)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Helen Maria
NIM : 051603503125073
JUDUL : PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI
PEMASARAN COFFEE SHOP KOPI BABEH
(KOBEB) TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Humas

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang seminar proposal

Jakarta, Agustus 2020

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Risqi Inayah Dwijanti, M.Ikom)

(Oni Tarsani, S.Sos, M.Ikom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Sandra Olifia, M.Si)

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI**

NAMA : Helen Maria
NIM : 051603503125073
JUDUL : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Coffee shop
Kopi Babeh (KOBEB) Terhadap Kepuasan
Konsumen
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Public Relations

Jakarta, 27 Agustus 2020

Menyetujui

Ketua Penguji : Oni Tarsani, S.Sos., M.Ikom

Anggota Penguji I : Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M

Anggota Penguji II : Fitri Sarasati, S.I.Kom, M.Sc

Mengetahui

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Sandra Olifia, M.Si)

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M)

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

NAMA : Helen Maria
NIM : 051603503125073
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Humas

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN COFFEE SHOP KOPI BABEH
(KOBEB) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN.**

Jumlah halaman : xv + 123 halaman + 5 lampiran
Bibliografi : 32 buku, 5 skripsi, dan 6 artikel internet

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar “pengaruh komunikasi pemasaran coffee shop KOBEB terhadap kepuasan konsumen”.

Penelitian ini menggunakan teori pertukaran sosial karena termasuk kedalam hubungan pertukaran ekonomi.

Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey dan bersifat eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen KOBEB, dengan menggunakan sampel acak agar semua responden mendapat kesempatan yang sama dan metode slovin karna jumlah populasi tidak bisa diprediksi. Penelitian memfokuskan pada promotion mix yang dilakukan KOBEB dan data diolah SPSS 22, dengan melakukan uji korelasi, koefisien determinasi, dan regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial uji t komunikasi pemasaran (X) yang dilakukan KOBEB berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan koefisien determinasi sebesar 30% dan korelasi nya dinyatakan memiliki hubungan sedang yang positif dengan nilai sig $0,000 < 0,05$.

Maka kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata kunci : Teori Pertukaran sosial, Komunikasi Pemasaran, dan Marketing Mix

Pembimbing I : Oni Tarsani, S.Sos, M.Ikom

Pembimbing II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA

NAME : Helen Maria
Student ID : 051603503125073
STUDY PROGRAM : Communication Studies
Specialization : Public Relations

THE EFFECT OF COFFEE SHOP MARKETING COMMUNICATION
BABEH'S COFFEE (KOBEB) ON CONSUMER SATISFACTION.

Number of pages : xv + 123 pages + 5 attachments

Bibliography : 32 books, 5 theses, and 6 internet articles

ABSTRACT

This study aims to determine how much " THE EFFECT OF COFFEE SHOP MARKETING COMMUNICATION BABEH'S COFFEE (KOBEB) ON CONSUMER SATISFACTION ".

This study uses social exchange theory because it is included in the economic exchange relationship.

This type of quantitative research uses a survey method and is explanative. The population in this study were KOBEB consumers, using a random sample so that all respondents had the same opportunity and the Slovin method because the population was unpredictable. The study focused on the promotion mix conducted by KOBEB and the data processed by SPSS 22, by conducting correlation tests, coefficient of determination, and simple linear regression.

The results showed that partially the t test of the marketing communication (X) carried out by KOBEB had an effect on consumer satisfaction (Y) with a determination coefficient of 30% and the correlation was stated to have a moderate positive relationship with a sig value of 0,000 <0.05.

So the conclusion is that Ho is rejected and Ha is accepted.

Keywords : Social Exchange Theory, Marketing Communication, and Marketing Mix

Supervisor I : Oni Tarsani, S.Sos, M.Ikom

Advisor II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Bapa, Putra, dan Roh Kudus di dalam Sorga atas berkat dan penyertaan-Nya yang tak pernah berhenti untuk melimpahkan anugerah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan mahasiswa Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Program Studi (Prodi) Ilmu Komunikasi bidang Public Relation Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis sadari, selama penulisan karya ilmiah ini banyak sekali pihak yang membantu dan memberikan motivasi untuk terus semangat dan berusaha sebaik mungkin agar terselesaikannya skripsi ini. Khususnya adalah orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, baik dalam bentuk moril dan materil. Oleh karena itu, izinkan penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dra. Merry L. Panjaitan, MM, MBA selaku rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Dr. Radita Gora Tayibnapi, S.Sos, M.M selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Sandra Olifia, M. Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Oni Tarsani, S.Sos, M.Ikom, selaku dosen pembimbing I, yang senantiasa membimbing dan membantu penulis menemukan solusi permasalahan dan menambah banyak informasi serta arahan dalam menulis penelitian ini.

5. Risqi Inayah Wijayanti, S.Ikom, M.Ikom, selaku dosen pembimbing II, yang senantiasa membimbing dan membantu penulis menemukan solusi permasalahan dan menambah banyak informasi serta arahan dalam menulis penelitian ini.
6. Apak ook, koko cici tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan baik segi moril maupun materil.
7. Semua dosen FISIP Universitas Satya Negara Indonesia yang telah mengajar penulis dari semester 1 sampai sekarang.
8. Pieter Jonathan, yang selalu memberikan semangat, menemani, ada dikala penulis sangat membutuhkannya dan selalu berusaha memberikan penulis support serta memenuhi ke-BM-an yang penulis inginkan.
9. Coffee Shop Kopi BabeH (KOBEBH) yang sudah memberikan izin bagi penulis untuk meneliti tempatnya, dan memberi support, semoga sukses selalu ya!
10. Teman-teman seperjuangan FISIP 2016 yang sama-sama ingin cepat lulus.
11. Untuk Rimba Michael, Muhammad Erdin, Ellisa, Cika dan keluarga bahagia yang sudah membantu memberikan semangat mengerjakan skripsi ini.
12. Teman-teman saya di grup “berbagi info skripsi”, “apeni anjrit hantu” dan beberapa teman yang membantu saya dan beberapa teman yang menempatkan saya dalam masalah wkwk.