



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Hartati Wibowo
Assignment title: JURNAL
Submission title: EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI KUPINANG KOPI
File name: JURNAL_REVISI_TURNITIN.docx
File size: 88.15K
Page count: 12
Word count: 3,622
Character count: 25,103
Submission date: 27-Jun-2022 08:09AM (U
Submission ID: 1863330394

21%

SIMILARITY INDEX



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Phil I Ketut Gunawan, MA.

NIP. 19631222 199002 1 001

eJournal Ilmu Komunikasi, 10 (2) 2022: 152-163
ISSN 2502-5961 (Cetak), 2502-597x (Online), ejournal.ikom.fkip.unmul.org
© Copyright 2022

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI KUPINANG KOPI DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK

Hartati Wibowo¹, Aditya Arie Hetamic², Kadek Dristiana Dwivayani³

Abstrak

Komunikasi pemasaran kedai kupinang kopi dalam mempromosikan produksya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan atau efektivitas komunikasi pemasaran kedai Kupinang Kopi dalam mempromosikan produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Fokus penelitian ini menggunakan teori tujuan komunikasi pemasaran, yaitu membangkitkan keinginan terhadap kategori produk, menciptakan kesadaran merek, mendorong sikap positif dan mempengaruhi niat beli, serta memfasilitasi pembelian dan iklan yang efektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Kedai Kupinang Kopi telah berhasil dengan ukuran efektivitas merujuk pada target yang telah ditetapkan oleh pemilik untuk mengukur keberhasilannya dan kaitannya dengan efektivitas, promosi yang dilakukan oleh pihak kedai mulai dari input, proses sampai hasil yang dilakukan dalam kegiatan promosi mendapatkan output sesuai keinginan. Konsumen selalu memesan produk dengan repeat order dan selalu berkunjung setiap hari, selalu bangga jika mengonsumsi merek dari Kupinang Kopi, dari upaya yang dilakukan pihak kedai agar niat beli konsumen selalu mengarah ke kedai, serta pihak kedai mengutamakan fasilitas untuk konsumen dan selalu menyajikan iklan yang efektif dan menarik. Efektivitas komunikasi pemasaran dalam promosi produk yang dilakukan pihak Kedai Kupinang Kopi diakui pemilik banyak upaya yang ditempuh agar bisa mencapai tujuan yang diharapkan. Mulai dari promosi melalui media sosial, bekerja sama dengan pihak tojek, grab, dan stumat kurir agar bisa lebih memudahkan konsumen dalam menjangkau produk Kedai Kupinang Kopi.

Kata Kunci: Efektivitas, Komunikasi Pemasaran, Promosi Produk

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: Hartatiwibowo001@gmail.com

²Dosen Pembimbing I dan Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

³Dosen Pembimbing II dan Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman