



Digital Receipt

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

22%

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author:	Rafika Rezky Gama	SIMILARITY INDEX
Assignment title:	JURNAL	
Submission title:	STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KONSUMEN PAD...	
File name:	JURNAL_FIKA.docx	
File size:	49.95K	
Page count:	13	
Word count:	3,319	
Character count:	22,253	
Submission date:	26-Jul-2023 08:44AM (UTC+0700)	
Submission ID:	2136869104	

Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Phil. I Ketut Gunawan, M.A.
NIP.19631222 199002 1 001

eJournal Dunia Komunikasi Prodi Ilmu Komunikasi, 2023, 11 (2): 94 - 105
ISSN 2502 - 5961 (Cetak), ISSN 2502 - 597X (Online)
ejournal.ikim.fkip.unmul.ac.id
© Copyright 2023

STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KONSUMEN PADA KEDAI TUKOPI DI SAMARINDA

Rafika Rezky Gama ¹, Silviana Purwanti ²

Abstrak

Platform media sosial digunakan sebagai sarana aktivitas promosi yang dilaksanakan oleh Kedai Tukopi. Pengunjung Tukopi mulai dari remaja sampai dewasa mayoritas lebih sering memakai instagram, sehingga guna memikat konsumen agar berminat pada produk Tukopi melaksanakan aktivitas promosi. Penelitian ini bertujuan guna mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilaksanakan Kedai Tukopi guna menciptakan konsumen yang loyal. Metode deskriptif kuantitatif digunakan pada penelitian ini. Wawancara dan dokumentasi dijadikan sebagai teknik pengumpulan data. Sumber data primer yang dipakai yaitu Faizal sebagai pemilik Kedai Tukopi sedangkan data sekunder ialah dokumen kedai tukopi. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dipakai oleh Kedai Tukopi ialah menggunakan teori Kotler meliputi 4P Product (produk), Price (harga), Place (tempat) dan Promotion (promosi). Faktor promotion (promosi) menggunakan media merupakan faktor yang mempunyai keberhasilan tinggi. Dalam hal ini, aktivitas promosi dilaksanakan dengan memasarkan langsung melalui website pertemanan instagram yang dilaksanakan oleh Kedai Tukopi.

Kata Kunci: Komunikasi, Strategi Komunikasi Pemasaran, Kedai Tukopi

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

² Staff Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik