

## HALAMAN ABSTRAK DAN ABSTRACT

### ABSTRACT

#### THE STRATEGY OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION OF KITA PE KOFFIE YEAR 2019-2020

An analysis of Integrated Marketing Communication of Kita Pe Koffie was made using qualitative and quantitative methods. Marketing communication that happened in the coffee shop are advertisement on social media (Instagram), sales promotion in the coffee shop, and direct selling on events and bazaar. Analysis result of interview with the owner, customer and non-customer of Kita Pe Koffie is the coffee shop still need to develop the integrated marketing communication strategy to increase customer's brand awareness and to increase the sales from customer and target market.

Keyword: coffee, coffee shop, marketing, communication, marketing communication, advertisement, sales promotion, direct selling

### ABSTRAK

#### STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU KITA PE KOFFIE TAHUN 2019-2020

Dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif, dilakukan analisis terhadap komunikasi pemasaran terpadu kedai kopi Kita Pe Koffie selama ini. Komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan selama ini berupa periklanan sosial media (Instagram), promosi penjualan di kedai, dan penjualan langsung saat pameran kedai kopi di berbagai acara. Analisis dari hasil wawancara dan kuesioner dengan pelanggan dan non pelanggan Kita Pe Koffie adalah masih perlunya perkembangan dari strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan agar dapat meningkatkan *brand awareness* dan pembelian oleh pelanggan dan target pasar.

Kata kunci: kopi, kedai kopi, pemasaran, komunikasi, komunikasi pemasaran, periklanan, promosi penjualan, penjualan langsung