



UNIVERSITAS

**MERCU BUANA**

Universitas Mercubuana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang studi *Marketing Communication & Advertising*

Yohanes Dimas Wibowo

44314010031

Strategi Promosi Coffee Rider Tangerang Dalam Menarik Minat Beli Pelanggan  
Di Tahun 2018 Melalui Sosial Media Instagram

Jumlah Halaman : cxii + 113 halaman + 14 lampiran

Bibliografi : 26 acuan , Tahun 2001 - 2014

### **ABSTRAK**

Strategi promosi merupakan hal yang berkaitan dengan masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi persuasif dengan khalayak sasaran untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Perkembangan media komunikasi yang sangat pesat sekarang ini menciptakan kesempatan dengan pola yang semakin interaktif dan modern , dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yaitu internet. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan Coffee Rider melalui sosial media instagram untuk menarik minat beli pelanggan di tahun 2018.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai Strategi promosi , STP , Analisa SWOT dan bauran promosi , yang dikemukakan oleh *Philip , Kotler and Keller and Amstrong*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme , pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif , dengan metode studi kasus. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam , observasi , dan studi kepustakaan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa strategi promosi Coffee Rider berhasil menarik minat beli pelanggan dilihat dari peningkatan jumlah rata – rata penjualan perhari setiap tahun nya. Strategi promosi yang dilakukan Coffee Rider menggunakan paid promote , give away , event , sponsorship event , discount price , dan instagram ads serta menggunakan fitur – fitur instagram untuk memenuhi kebutuhan program promosinya.