

**PELAKSANAAN BAURAN PROMOSI KEDAI KOPI DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA *FOLLOWERS*  
SOSIAL MEDIA  
(Studi Pada Kedai Kopi Muja)**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**



Nama : Sarah Kurniasari

Nim : 33118010001

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

**PELAKSANAAN BAURAN PROMOSI KEDAI KOPI DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA *FOLLOWERS*  
SOSIAL MEDIA  
(Studi Pada Kedai Kopi Muja)**

Laporan Tugas Akhir Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Mercu Buana



**Nama : Sarah Kurniasari**

**Nim : 33118010001**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

LAPORAN TUGAS AKHIR

PELAKSANAAN BAURAN PROMOSI KEDAI KOPI DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA *FOLLOWERS* SOSIAL  
MEDIA  
(Studi Pada Kedai Kopi Muja)

Oleh:

Sarah Kurniasari

Nim: 33118010001

Disetujui untuk Ujian Akhir Laporan Tugas Akhir

Pada Tanggal:

23 July 2021

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

1. Onggo Pramudito, ST., MM Pembimbing (  )

Mengetahui

Ketua Program Studi D3 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mercu Buana



Ikhyandini Garindia Atrisyanti, S.Mn, M.MT

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Sarah Kurniasari  
NIM : 33118010001  
Program Studi : D3 Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Pelaksanaan Bauran Promosi Kedai Kopi dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Followers Sosial Media (Studi pada Kedai Kopi Muja)  
Tanggal Sidang : 10/08/2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Onggo Pramudito, ST., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi D3 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ikhyandini Garindia Atrisyanti, S.Mn., M.MT

LPTA 08210256



Please Scan QRCode to Verify

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sarah Kurniasari  
Nim : 33118010001  
Program Studi : D3 Manajemen

Menyatakan bahwa laporan tugas akhir ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan laporan tugas akhir ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 02 Juni 2021



Sarah Kurniasari

33118010001

## RINGKASAN

Saat ini perkembangan kedai kopi meningkat pesat di Indonesia. Ditengah maraknya kedai kopi yang bermunculan, para pelaku usaha kedai kopi harus berinovasi dalam melaksanakan kegiatan promosi untuk dapat memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Kopi Muja merupakan salah satu kedai kopi di Jakarta yang melaksanakan bauran promosi untuk mengenalkan produknya dan meningkatkan *brand awareness* pada *followers* sosial medianya. Pelaksanaan bauran promosi merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan *brand awareness* pada suatu produk, kegiatan promosi diperlukan pelaku usaha untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan perusahaan kepada konsumen sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan bauran promosi yang dilakukan Kopi Muja untuk meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan Metode Analisis Deskriptif Kualitatif yang dilakukan dengan cara observasi dan wawancara yang dilakukan penulis dengan pihak yang terkait dalam pelaksanaan bauran promosi pada Kopi Muja. Hasil dari penelitian ini pelaksanaan bauran promosi yang dilakukan Kopi Muja untuk meningkatkan *brand awareness* adalah *Online and Social Media Marketing, Events and Experiences, Sales Promotion* dan *Public Relations and Puplicity*. Kegiatan bauran promosi tersebut sudah berjalan dengan baik dalam proses peningkatan *brand awareness* kepada *followers* sosial media.

Kata Kunci: Bauran Promosi, Kedai Kopi, *Brand Awareness*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan judul “Pelaksanaan Bauran Promosi Kedai Kopi dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada *Followers* Sosial Media (Studi pada Kedai Kopi Muja)”. Laporan tugas akhir ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D3 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan laporan tugas akhir ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan tugas akhir ini terutama kepada:

1. Bapak Prof Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Ikhyandini Garindia Atrisyanti, S.Mn, M.MT selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Onggo Pramudito, ST., MM selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya laporan tugas akhir ini.

5. Bapak Muhammad Shafwan selaku *Owner* Kopi Muja yang telah memberikan saran, waktu, semangat dan pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis saat melakukan kegiatan penelitian.
6. Karyawan Kopi Muja yang memberikan izin dan membantu penulis melaksanakan kegiatan observasi.
7. Pada dosen FEB Universitas Mercu Buana yang telah mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada penulis.
8. Teman-teman HIMA D3 Manajemen 2018 yang selalu membantu, memberikan semangat dan waktu kepada penulis.
9. Salsabilla Azqiya, Nahla Septaricka, Novianita Puspa dan Maulidya Chasanah serta seluruh teman-teman D3 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana angkatan 2018 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
10. Teristimewa, kepada orang tua tercinta, aki Samedi dan keluarga yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam laporan tugas akhir ini. Akhir kata, semoga



laporan tugas akhir ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 02 Juni 2021

Sarah Kurniasari

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iv
RINGKASAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
E. Metode Penelitian.....	4
1. Desain Penelitian.....	4
2. Metode Pengumpulan Data .....	4
3. Metode Analisis Data .....	5
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
A. Landasan Teori.....	6
1. Pemasaran .....	6
2. Bauran Pemasaran .....	8
3. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	12
4. Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ) .....	14
5. Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ).....	16
B. Penelitian Terdahulu .....	17
C. Kerangka Berpikir Penelitian .....	19
<b>BAB III    HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>20</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	20
1. Profil dan Sejarah Perusahaan .....	20
2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	22

3. Produk-Produk Kopi Muja .....	23
B. Pembahasan.....	25
1. Pelaksanaan Penelitian .....	25
2. Aktifitas Penelitian .....	26
3. Pelaksanaan Bauran Promosi Kopi Muja .....	27
BAB IV   SIMPULAN DAN SARAN.....	39
A. Simpulan .....	39
B. Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA .....	41
LAMPIRAN .....	43



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
3.1	Tampilan Logo Kopi Muja.....	20
3.2	Suasana Kopi Muja.....	21
3.3	Struktur Organisasi Kopi Muja.....	22
3.4	Menu Minuman Kopi Muja.....	24
3.5	Menu Makanan Kopi Muja.....	25
3.6	Profil Instagram Kopi Muja.....	31
3.7	Tampilan Promosi Melalui Media Sosial Instagram.....	32
3.8	Tampilan Pemberian Diskon Kopi Muja.....	33
3.9	Kegiatan Berbagi Kopi Muja kepada Ojek Online.....	34
3.10	Tampilan <i>Public Relation</i> dan <i>Publication</i> Instagram.....	35
3.11	Tampilan Kegiatan <i>Virtual Latte Art Competition</i> .....	36
3.12	Tampilan Peserta <i>Virtual Latte Art Competition</i> .....	37

MERCU BUANA

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Surat Permohonan Penelitian.....	43
2	Foto Kegiatan Wawancara.....	44
3	Foto Kegiatan Observasi.....	45

