

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Peningkatan Penjualan terhadap Konsumen dengan Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Kedai Kayu Tua Coffee, Belitung)

Armando

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77934&lokasi=lokal>

Abstrak

Kedai Kayu Tua Coffee telah menerapkan beberapa strategi untuk mempromosikan dan mengenalkan produknya kepada masyarakat. Pertumbuhan pengguna Instagram dari waktu ke waktu juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Selain sebagai media informasi dan komunikasi antar pengguna Instagram juga menjadi peluang bisnis online model baru. Lalu Bagaimana strategi komunikasi Pemasaran dalam meningkatkan penjualan kopi dengan media sosial instagram?

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan teori strategi marketing. Peneliti menggunakan teori ini untuk menjelaskan strategi komunikasi pemasaran.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kualitatif, Jenis penelitian yang digunakan deskriptif serta teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam dan observasi partisipan dengan model komunikasi Tubss and moss.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kedai Kayu Tua Coffee melakukan strategi komunikasi pemasaran yang diantaranya iklan dan promosi penjualan seperti beli 2 minuman gratis 1 setiap hari Jumat untuk meningkatkan penjualannya.