



UNIVERSITAS NASIONAL

STRATEGI *PUSH, PASS DAN PULL* MARKETING DALAM MENARIK

PELANGGAN DI KEDAI KOPI

(Studi Pada Kedai kopi Bangoen Djaya)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi (S.I.KOM)

ANISA PUTRI NASWATI

193516516259

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



NATIONAL UNIVERSITY

***PUSH, PASS AND PULL MARKETING STRATEGIES IN COFFEE SHOPS
IN ATTRACTING CUSTOMERS (STUDY AT BANGOEN DJAYACOFFEE
SHOP)***

SKRIPSI

*Was Proposed As One Of The Requirements For a Bachelor's Degree in
Communications (S.I Kom)*

ANISA PUTRI NASWATI

193516516259

FACULTY OF SOCIAL SCIENCES AND POLITICAL SCIENCES

THE STUDY OF COMMUNICATION SCIENCES

2023

HALAMAN PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Anisa Putri Naswati
NPM : 193516516259
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi *Push Pass* Dan *Pull Marketing* dalam menarik pelanggan di
Kedai kopi (Studi Pada Kedai Kopi Bangoen Djaya)

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar sarjana
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Nasional.

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 2023

Dosen Pembimbing

(Dr. Dra. Lely Arriante, M.Si.)

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

(Drs. Adi Prakoso, M.Si.)

UNIVERSITAS NASIONAL



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anisa Putri Naswati

NPM : 193516516259

Judul Skripsi : Strategi *Push, Pass* dan *Pull Marketing* dalam menarik pelanggan di
Kedai Kopi (Studi pada Kedai Kopi Bangoen Djaya)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 07 Februari 2023

Yang bersangkutan


17DAKX37763781
Anisa Putri Naswati



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anisa Putri Naswati
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516259
Jurusan : Ilmu Komunikasi – Public Relations
Program Studi : Ilmu Sosisal Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi *Push*, *Pass* dan *Pull Marketing* dalam menarik pelanggan di Kedai Kopi (Studi pada Keddi Kopi Bangoen Djaya)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 26 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 28 Februari 2023.....

Ketua Sidang : Drs. Reuspatyono, M.Si.

Penguji I : Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom.

Penguji II : Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si.

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anisa Putri Naswati

NPM : 193516516259

Judul Skripsi : Strategi *Push*, *Pass* dan *Pull Marketing* dalam menarik pelanggan di
Kedai Kopi (Studi pada Kedai Kopi Bangoen Djaya)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 07 Februari 2023

Yang bersangkutan


METERAN
TEMPAT
17DANK37763834
Anisa Putri Naswati

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 1.2 Daftar Kedai Kopi Di daerah Ranco, Tanjung Barat	5
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	15



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.1 Logo Bangoen Djaya.....	45
Gambar 4.1.2 Akun Intagram Bangoen Djaya	46
Gambar 4.4.1 Menu yang tersedia di Kedai kopi Bangoen Djaya	71
Gambar 4.4.2 <i>Google Rating</i> Bangoen Djaya.....	73
Gambar 4.4.3 Lokasi Kedai kopi Bangoen Djaya.....	75
Gambar 4.4.4 Promo disediakan di Gofood	76
Gambar 4.4.5 Highlight dan Feeds terkait sumber promosi.....	77
Gambar 4.4.6 Produk yang dijual di Kedai kopi Bangoen Djaya	84
Gambar 4.4.7 <i>design</i> dan <i>brand</i> Kedai kopi Bangoen Djaya	85
Gambar 4.4.8 alat pembuatan produk di Kedai kopi Bangoen Djaya.....	92



DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN	5
1.4 KEGUNAAN PENELITIAN	6
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN	7
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKAN DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	8
SUMBER : DIOLAH OLEH PENELITI 2022	16
2.2 TEORI YANG DIGUNAKAN	18
2.1 KERANGKA PEMIKIRAN	25
2.2 MODEL KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN	27
SUMBER : DIOLAH OLEH PENELITI 2022	27
BAB III.....	28
METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 PARADIGMA PENELITIAN.....	28
3.2 METODE PENELITIAN	28
3.3 PENDEKATAN PENELITIAN INTERPRETATIF	29
3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	30
3.5 INFORMAN PENELITIAN	32
3.6 TEKNIK PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA	33
3.7 TEKNIK ANALISIS DATA	33
BAB IV.....	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN.....	35
4.2 PROFIL INFORMAN PENELITIAN	39
4.3 PENYAJIAN DATA DAN HASIL PENELITIAN	40
4.4 PEMBAHASAN	61

LAMPIRAN.....	83
BAB V.....	99
KESIMPULAN DAN SARAN	99



5.1	KESIMPULAN	99
5.2	SARAN	100
DAFTAR PUSTAKA		101



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Field note... ..	91
Lampiran 2 Transkrip pedoman wawancara informan pokok.....	92
Lampiran 3 Transkrip pedoman wawancara informan kunci.....	93
Lampiran 4 Traskrip hasil wawancara informan pokok.....	97
Lampiran 5 Transkrip hasil wawancara informan kunci.....	99
Lampiran 6 Dokumentasi dengan informan pokok.....	100
Lampiran 7 Dokumentasi dengan informan kunci.....	101



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ditunjukkan kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ ***STRATEGI PUSH, PASS DAN PULL MARKETING DALAM MENARIK PELANGGAN DI KEDAI KOPI (Studi Pada Kedai kopi Bangoen Djaya)***”. Skripsi ditujukan sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada jurusan Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, Proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan sesuai rencana, tanpa bantuan serta dukungan dari pada semua pihak yang telah membantu selama penulis melakukan proses penulisan skripsi ini. Oleh karena, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada dosen pembimbing penelitian yaitu Dr. Dra. Lely Arianie, M.Si yang telah membantu penulis dengan sepenuh hati untuk menyelesaikan penelitian. Karena jasa dan waktu dan waktu beliau, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik – baiknya. Selanjutnya ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada pihak- pihak di bawah ini :

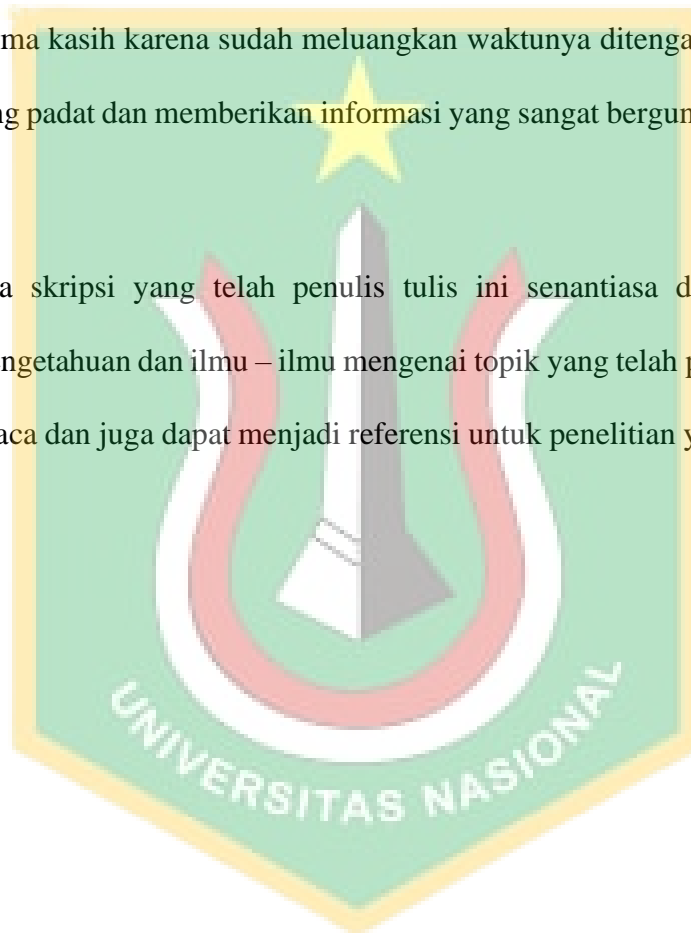
1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., Selaku Rektor Universitas Nasional
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional
3. Dr. Bhakti Nur Avianto., S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum dan Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

4. Dr. Aos Yuli Firdaus S.IP., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si dan Nursatyo S.Sos.M,si. Selaku ketua Program studi Ilmu Komunikasi dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Dr. Dra. Lely Arianie, M.Si, Selaku dosen Pembimbing skripsi saya, yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu, motivasi, dan juga semangat dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih sebanyak- banyaknya diucapkan kepada Ibunda Lely karena sudah membantu dan memberikan masukan berupa ilmu, motivasi, dan semangat selama proses bimbingan di tengah kesibukan beliau. Tanpa adanya Ilmu pengetahuan dan semangat dari beliau. Tanpa adanya ilmu pengetahuan dan semangat dari beliau, saya tidak uakin skripsi ini akan selesai dengan baik dan tepat waktu.
7. Seluruh jajaran *staff* dan dosen Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama penulis berkliah di Universitas Nasional. Peneliti sangat berterima kasih atas tahun- tahun penuh ilmu dan edukasi yang sangat bermanfaat bagi penulis terutama dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Nenek , Ibu, dan Om peneliti, Ibu Supiyati, Almh. Trisnawati dan Bapak Solahuddin yang telah menjadi semangat serta motivasi saya untuk kelancaraan bagi penulis sehingga proses penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan tepat waktu.

9. Seluruh teman – teman terdekat saya, Sellvi, Sultan, Laura, Laras, Meli dan Yobel bahkan pacar saya, Saiful umam yang ikut serta memberikan semangat dan bantuan kepada peneliti dalam mengerjakan skripsi peneliti hingga tuntas.

10. Seluruh Informan yang terlibat dalam penelitian ini, saya mengucapkan terima kasih karena sudah meluangkan waktunya ditengah jadwal kegiatan yang padat dan memberikan informasi yang sangat berguna untuk penelitian ini.

Semoga skripsi yang telah penulis tulis ini senantiasa dapat memberikan manfaat pengetahuan dan ilmu – ilmu mengenai topik yang telah peneliti bahas bagi para pembaca dan juga dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.



ABSTRAK

Nama : Anisa Putri Naswati

NPM 193516516259

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Title : Strategi *Push, Pass* dan *Pull Marketing* dalam menarik pelanggan di
Kedai kopi (Studi Pada Kedai kopi Bangoen Djaya)

<p>Kata Kunci :</p> <p><i>Pelanggan, Kegiatan Pemasaran, Pelayanan, Pemilihan Lokasi.</i></p>	<p>Tujuan dari Penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis Strategi <i>Push, Pass</i> dan <i>Pull Marketing</i> Kedai kopi Bangoen Djaya untuk menarik pelanggan. Penelitian ini menggunakan Teori Pemasaran <i>Philip Kotler</i> dan <i>Gary Armstrong</i> yang terdiri atas <i>Push, Pass</i> dan <i>Pull Marketing</i>. Metode yang digunakan metode kualitatif dengan pendekatan interpretatif. Dalam <i>Push Marketing</i> dilakukan Kedai kopi Bangoen Djaya dengan adanya <i>show case</i> dalam bentuk wajah pajangan dimana pelanggan dapat mengambil sendiri terakit produk yang telah siap tersajikan bahkan terdapat banner yang menampilkan gambar dari produk. Sehingga pelanggan dapat menyimpan memori atas produk tersebut. <i>Pass Marketing</i> dilakukan Kedai kopi Bangoen Djaya dengan mendapatkan Review yang baik pada <i>Google Rating</i> Bangoen Djaya dari pelanggan atas kualitas dan harga Produk yang masih terjangkau untuk semua kalangan. Dan <i>Pull Marketing</i> dilakukan kedai kopi dengan menampilkan konsep kedai yang bernuansa jadul sehingga pelanggan dapat bernostalgia dengan masalah. Sedangkan bbagi pelanggan anak-muda dengankonsep kedai <i>vintage/old school</i> atau <i>instagramable</i>. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah Strategi <i>Push, Pass</i> dan <i>Pull Marketing</i> sudah dilakukan oleh Kedai kopi Bangoen Djaya dalam menarik pelanggan sesuai dalam teori <i>Philip Kotler</i> dan <i>Gary Armstrong</i> namun belum menunjukkan inovasi yang memadai sesuai dengan keadaan kopi yang berada di dalam gang. Peneliti menyarankan agar pemilik kedai kopi dapat melakukan inovasi dengan berbagai strategi, promosi atau perubahan secara fisik terkait keberadaaan kedai kopi yang dapat membuat pelanggan melakukan kunjungan ulang ke kedai tersebut.</p>
Pembimbing	Dr. Dra. Lely Arianie, M.Si.

ABSTRACT

Name : Anisa Putri Naswati
NPM : 19316516259
Study Program : *Communication Sciences.*
Title : *Push, Pass and Pull Marketing Strategies in coffee shops in attracting customers (Study at Bangoen Djaya Coffe Shop)*

Keyword : Customers, Marketing Activities, Services, Location Selection.	<p><i>The purpose of this research is to find out and analyze the Push, Pass and Pull Marketing Strategy of Bangoen Djaya coffee shop to attract customers. This research uses Philip Kotler and Gary Armstrong's Marketing Theory which consists of Push, Pass and Pull Marketing. The method used is a qualitative method with an intercreative approach. In Push Marketing, Bangoen Djaya coffee shop is carried out with a show case in the form of a display face where customers can take their own Product assemblies that are ready to be served and there are even banners that display images of the Product. So that customers can keep a memory of the Product. Pass Marketing is carried out by Bangoen Djaya coffee shop by getting a good review on Google Rating Bangoen Djaya from customers for the quality and Price of Products that are still affordable for all groups. And Pull Marketing is carried out by coffee shops by displaying the concept of an old-school shop so that customers can reminisce about the past. Meanwhile, for young customers with the concept of a vintage / old school or instagramable shop. The conclusion in this study is that the Push, Pass and Pull Marketing strategies have been carried out by Bangoen Djaya Coffee Shop in attracting customers according to the theory of Philip Kotler and Gary Armstrong but have not shown adequate innovation in accordance with the state of coffee in the alley. Researchers suggest that coffee shop owners can innovate with various strategies, Promotions or physical changes related to the existence of coffee shops that can make customers make repeat visits to the shop.</i></p>
Mentor	Dr. Lely Arianie M.Si.