

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

A. Muri Yusuf. 2014. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan”. Jakarta : prenadamedia group

Anang Firmansyah.2019. Pemasaran ( Dasar dan Konsep). hal. 123-124

Bungin, Burhan. 2013. Metode Penelitian Sosial & Ekonomi Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran. Sidoarjo: Kencana.  
ibid, hlm.180

Deddy, Mulyana. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Deddy Mulyana. 2006. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.

Elliot, Greg., Rundle, Thiele, & Waller. (2012). *Marketing*, Australia: JohnWiley & Sons Australia, Ltd.

Harris, Thomas L. 1991. *The Marketer Guide to Public Relations*. USA : Jhon Willey & Sons, Inc.

Helaludin, “Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktik.”

H.Zuchri Abdussamad. 2021. Metode Penelitian Kualitatif. hal. 148

Ruslan, Rosady. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta : Rajawali Pers

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007),hlm.139

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*”. Bandung : ALFABETA. Sri

Widyastuti. 2017. *Manajemen Komunikasi Terpadu*. Hal.93-94.

### Sumber Jurnal :

Cay and Irnawati, “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UMKM Di Tangerang Selatan).”

Olivia, “Strategi *Marketing* Hotel Royal Kuningan Jakarta Pada Masa Covid 19.”

Putra, H. M., & Ichsan, M. (2018). STRATEGI *MARKETING* PUBLIC RELATIONS ALARIC COFFEE SHOP DALAM MENINGKATKANJUMLAHPELANGGAN. PANTAREI, 2(3).

Shaputri, D. A., & Abdurrahman, M. S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Cafe Coffee Di Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Morning Glory Coffee). *eProceedings of Management*,6(3).

Yani, N. F. D. Y. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM (Studi Kasus: UMKM Kerupuk Bawang M. Awi)-Submit Journal/Konferensi (*Doctoral dissertation, Institut Teknologi Kalimantan*



## LAMPIRAN

*Field Note* Sabtu, 10 Desember 2022/Pukul 20.00- Selesai

Lokasi : Kedai Bangoen Djaya

Pada hari ini, Sabtu 10 Desember 2022 peneliti datang ke Kedai kopi Bangoen Djaya, peneliti melihat terus ramai berdatangan ke Kedai kopi Bangoen Djaya, dikarenakan juga saat itu merupakan sabtu malam yang di dominasikan remaja untuk menghabiskan waktu lebih panjang dikarenakan esok hari merupakan hari *Weekend*. Peneliti melihat pelanggan yang datang pada hari itu segerombolan remaja awal hingga dewasa menempati di setiap per-mejanya. Dikarenakan lokasi Bangoen Djaya yang dekat dengan lingkungan Kelurahan Tanjung Barat, saat itu adanya banyak anggota karang taruna kelurahan Tanjung Barat yang datang ke Kedai Bangoen Djaya bertempat untuk melaksanakan rapat hasil kegiatan yang dilakukan. Tidak lama peneliti juga bertemu dengan kedua orang tua dari pemilik Kedai kopi Bangoen Djaya ini dimana kedua orang tua dari Bayusi pemilik ingin bergegas pergi keluar dari rumah melewati halaman belakang rumah yang dijadikan Kedai kopi tersebut.

Peneliti melihat *show case* yang disediakan Kedai kopi Bangoen Djaya yang terlihat langsung di jalan dengan produk yang telah siap jadi didalamnya yaitu maksud dari produk yang telah disediakan di *show case* itu untuk pelanggan yang menginginkan pembelian tanpa memesan ke kasir.

Peneliti juga berbincang dengan Bayu selaku pemilik melihat ramainya hari itu pelanggan yang datang ke kedai. Ternyata diantara gerombolan pelanggan yang datang memenuhi Kedai kopi Bangoen Djaya ini terdapat sekumpulan teman dari si pemilik tersebut yaitu teman semasa di bangku SMA nya yang kebetulan di waktu yang pas dikumpulkan sabtu malam karena mengingat esok merupakan hari minggu yakni hari *weekend*. Bahkan peneliti sambil berbincang dengan pemilik juga memesan produk yang ada di kedai kopi Bangoen Djaya ini dan benar peneliti mendapatkan harga yang terjangkau dengan kualitas rasa yang baik. bahkan peneliti melihat para pelanggan yang datang menghabiskan waktu dengan menikmati kopi yang tersedia di Kedai kopi Bangoen Djaya dengan memainkan kartu uno yang disediakan juga di Kedai kopi Bangoen Djaya, ada yang menghabiskan waktu dengan fokus berbincang dengan sekumpulan temannya dan ada juga yang menghabiskan waktunya saat berkumpul menghabiskan waktu dengan fokus memainkan Handphonenya sendiri- sendiri.  
Sumber: Diolah oleh peneliti 2023.

## Lampiran 2 Transkrip Pedoman Wawancara Informan Pokok

1. Bagaimana awal menjalankan bisnis Kedai kopi Bangoen Djaya?
2. Bagaimana Kedai kopi Bangoen Djaya menerapkan *Push, Pass* dan *PullMarketing* dalam pelayanannya?
3. Bagaimana Kedai kopi Bangoen Djaya dalam menentukan harga produk yang dijual ?
4. Mengapa Kedai kopi Bangoen Djaya dalam menerapkan jam operasional?
5. Bagaimana sistem pembayaran dari konsumen ke Kedai kopi Bangoen Djaya?
6. Bagaimana Kedai kopi Bangoen Djaya dalam menerapkan target pasar?
7. Apa saja produk yang Kedai kopi Bangoen Djaya jual?
8. Bagaimana Kedai kopi Bangoen Djaya dalam menentukan produk yang akan dijual ( contoh : kualitas, *variasi, design, brand*) ?
9. Untuk menarik pelanggan, Bangoen Djaya tentu melakukan promosi. Bagaimana bentuk promosinya?
10. Untuk memasarkan produk apakah Kedai kopi Bangoen Djaya menggunakan iklan? Bagaimana bentuk iklannya?
11. Bagaimana Kedai kopi Bangoen Djaya dalam menentukan lokasi usaha?
12. Apa yang dilakukan Kedai kopi Bangoen Djaya jika produk yang dipesan konsumen tidak tersedia?
13. Apakah Kedai kopi Bangoen Djaya pernah mengadakan suatu event, atau berpartisipasi dalam suatu event untuk menarik pelanggannya?
14. Bagaimana tahapan menjalankan bisnis Kedai kopi Bangoen Djaya ?
15. Bagaimana Kedai kopi Bangoen Djaya dalam pelayanannya menentukan planning untuk kedepannya?

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023.

### Lampiran 3 Transkrip Pedoman Wawancara Informan Kunci

1. Bagaimana anda mengetahui keberadaan Kedai kopi Bangoen Djaya?
2. Sejak kapan anda menjadi pelanggan Kedai kopi Bangoen Djaya?
3. Bentuk promosi seperti apa yang pernah anda dapatkan selama menjadi pelanggan di Kedai kopi Bangoen Djaya?
4. Bagaimana sumber Informasi didapatkan terkait adanya promosi di Kedai kopi Bangoen Djaya?
5. Bagaimana kesan anda terhadap promosi yang dilakukan Kedai kopi Bangoen Djaya?

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023.



#### Lampiran 4 Transkrip Hasil Wawancara Informan Pokok

Nama Informan : Bayu Ramadhan Salim	
Usia	: 29 th
1.	<p>Bagaimana awal menjalankan bisnis Kedai kopi Bangoen Djaya?</p> <p><i>“sebelum saya menjalankan usaha kedai kopi Bangoen Djaya, saya pernah berencana untuk membuat bisnis seperti konsep Upnormal Cafe dengan 5 orang teman saya, karena konsep tersebut untuk masyarakat kebawah dan menengah masih dapat menikmati beragam menu dengan harga terjangkau dengan macam menu sepaerti warkop pada umumnya dengan modern di zaman sekarang ini. tapi karena sulit menyatukan pikiran akhirnya saya memutuskan untuk buka bisnis sendiri yaitu kedai kopi Bangoen Djaya ini.”</i></p>
2.	<p>Bagaimana Kedai kopi Bangoen Djaya menerapkan Push, Pass dan PullMarketing dalam pelayanannya?</p> <p><i>“awal – awal buka juga Push Pull nya saya tuh inspirasinya suka beli thrifingan di inrainbow store,pelayanannya bagus terus wangi yang terbilang jauh lebih murah dari beli di toko baju yang terkenal. dari situ saya terinspirasi kecil-kecilan tuh di Kedai kopi Bangoen Djaya kasih permen kacang jadul tapi khusus yang take away aja dari situ saya kira ga begitu ngaruh buat pelanggan. Bahkan saya tuh update menu kopi baru tuh yang kopi susu okem, yang menurut saya sendiri tuh kopi susu Jenab dan kopi susu Bambang masih biasa aja, dan betul aja dari menu kopi susu okem yang dari saya sendiri tertarik dan suka dengan rasa, pelanggan juga banyak yang suka dan jadi menu favorit disini”.</i></p>
3.	<p>Mengapa Kedai kopi Bangoen Djaya dalam menerapkan jam operasional?</p> <p><i>“Memang bagus nya kedai kopi itu bukanya dari pagi sampe malem di hari kerja. karena untuk mengincar orang kantor di jam makan siang. Tapi karena Marketing saya kurang bagus jadi susah untuk mendapat pelanggan di jam-jam tersebut. Jadi saya memilih untuk buka pada jam empat sore sampai tidak adanya pesanan pelanggan. Terus saya juga tutup kedai di hari senin, ya untuk hari libur saya lah itu. Ya walaupun saya merasa kurang efektif dengan menerapkan jam operasional dari sore itu, ternyata alhamdulillahnya sore hingga malam lumayan rame pelanggan datang ke kedai. “</i></p>
4.	<p>Bagaimana Kedai kopi Bangoen Djaya dalam menerapkan target pasar?</p>

*“Kalo target pasar saya sih sebenarnya, dari anak muda sampai orang dewasa awal di kalangan ekonomi menengah. Tapi kalau dipraktekin di lapangan, kita layanin siapa aja yang dateng ke kedai. Dengan mendapatkan inside dari masyarakat dengan menu harga murah tapi kualitas produk masih dapat disetarakan dengan kualitas rasa kopi toko dan kopi kenangan”..*

5. Apa saja produk yang Kedai kopi Bangoen Djaya jual?

*“ Di Kedai kopi Bangoen Djaya ini si saya jual jenis kopi dari produk signature, macemnya susu kopi okem, susu kopi Bambang. Ada pun jenis kopi susu jenab yaitu dengan tekstur kopi yang creamy gitu, bahkan di sini ada juga menu kopi susu dengan varian syrurnya contoh kopi susu hazelnut, sri rahayu juga komalasari.”*

6. Apakah Kedai kopi Bangoen Djaya pernah mengadakan suatu event, atau berpartisipasi dalam suatu event untuk menarik pelanggannya?

*“Kalo untuk itu saya gapernah , tapi ada teman saya yang pernah memesan produk dengan jumlah banyak untuk acaranya. Kemudian dia mempromosikan Kedai kopi saya dari mulut ke mulut saja.*

7. Bagaimana penjualan personal yang dilakukan Kedai kopi Bangoen Djaya?

*“seperti hal nya pelanggan saya mau kopi cuma lambung dari pelanggan yang dikeluhkan sudah tidak mampu kopi yang kuat. kemudian saya kasih penawaran kopi semacam robusta atau arabica. arabica kopi semacam asem kalo robusta rasa nya lebih ke pahit. nah klo robusta dipilih saya sarankan tidak terlalu kuat dibikinnya, dengan cara saya membuat kopi dengan less coffee yang biasa dengan ukuran setengah pada biasanya ini menjadi setengah normal”.*

8. Bagaimana Kedai kopi Bangoen Djaya dalam pelayanannya menentukan planning untuk kedepannya?

*“Planning saya kedepannya sama seperti pembisnis lainnya, ingin bisnis ini stabil, punya karyawan tetap untuk membantu saya. Jadi nanti saya tinggal memonitoring saja. Saya juga ingin membuka cabang Kedai kopi Bangoen Djaya di tempat lain. Selain itu sesuai Namanya ( Bangoen*

*Djaya ; Kopi, Fesyen, Eks). Saya juga ingin membuat bisnis thriftling. Dengan memiliki partner untuk membantu memasarkan mengelola untuk divisi tertentu seperti Marketingnya, keuangannya dll. Tapi masih sebatas*





*keinginan saya kedepannya. Dengan membuka cabang berdampingan dengan memiliki bisnis lainnya itu semacam thrifting dalam satu tempat.”*

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023



#### Lampiran 4 Transkrip Hasil Wawancara Informan Pokok

Nama Informan : Rizki Rian Syahputra	
Usia	: 25 th
1.	<p>Bagaimana sistem pembayaran dari konsumen ke Kedai kopi Bangoen Djaya?</p> <p><i>“Sistem bayarnya dengan cash maupun e payment seperti qris. Dulu sempat bisa debit juga, karena jarang sekali yang menggunakan debit. Debit tersebut menjadi tidak aktif dan di non aktifkan dari pihak bank”.</i></p>
2.	<p>Untuk menarik pelanggan, Bangoen Djaya tentu melakukan promosi. Bagaimana bentuk promosinya?</p> <p><i>“Sebenarnya di Kedai kopi Bangoen Djaya tidak melakukan promosi, kayak beli 1 gratis 1 atau bundling karena Bayu si pemilik Kedai sendiri belum begitu paham dibagian Marketing. Jadi selama saya menjadi karyawan di Kedai kopi Bangoen Djaya hanya mengandalkan merchant Gofood (GoBiz) misalnya di GoBiz ada promo dengan periode tertentu nanti kita daftar. Itupun jarang aktif. Terus juga manfaatin Google Rating untuk mempromosikann kedai ini dan mempermudah pelanggan mencari adanya kedai ini.”</i></p>
3.	<p>Bagaimana Kedai kopi Bangoen Djaya dalam menentukan lokasi usaha?</p> <p><i>““Dalam menentukan lokasi, saya nentuin lokasi itu karena emang mulai dari nol dengan modal terbatas yang saya punya, jadi saat itu ga kepikiran buat nyari lokasi bagus apalagi nyewa tempat. Sehingga bangoen djaya berdiri dengan memanfaatkan garasi rumah untuk dijadikan suatu kedai kopi. Ya memang tetap mengeluarkan uang renov tapi enakny ga ngeluarin untuk uang sewa.”</i></p>
4.	<p>Apa yang dilakukan Kedai kopi Bangoen Djaya jika produk yang dipesan konsumen tidak tersedia?</p> <p><i>“Saya jelasin tuh karena kita kan emang ambil dari supplier dan kendalanya di salah satu menu itu kosong, karena memang bahan baku yang ada dari supplier nya abis sehingga harus menunggu stok supliernya ada lagi. Selain itu karena keterlambatan pengiriman. Karena belakangan ini bebereapa ekspedisi sering sekali terlambat yakni si cepat</i></p>

*dan anter aja. Cara ngatasinnya kayak ganti ekspedisi tidak pakai keduanya lg walopun ongkos kirim nya sekalipun lebih lama”.*

5. Bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian di Kedai kopi Bangoen Djaya?

*“Saya melakukan pelayanan secara self service dengan produk pesanan jika pesenan udah siap, nantinya saya manggil dengan menggunakan bel dan nyebutin nomer meja nya “*

6. Bagaimana bukti fisik yang terdapat di Kedai kopi Bangoen Djaya?

*“ada beberapa alat kopi untuk mendukung pembuat kopi yaitu Portafilter buat nampung kopi yang buat di giling, Mesin espresso buat bikin kopi espresso dan Grinder untuk giling kopi jadi halus atau kasar.”*

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023



Lampiran 5 : Transkrip Hasil Wawancara Informan Kunci

Nama Informan : Saiful Umam	
Usia	: 21th
1.	Bagaimana anda mengetahui keberadaan Kedai kopi Bangoen Djaya?  <i>“Saya mengetahui keberadaan Kedai kopi Bangoen Djaya dari teman saya, karena pemilik kedai kopi itu sendiri juga merupakan tetangga saya. Dari situ tau ada Kedai kopi dengan harga yang masi dijangkau terus dekat dari rumah jadi langganan tempat nongkrong deh disitu. “</i>
2.	Sejak kapan anda menjadi pelanggan Kedai kopi Bangoen Djaya?  <i>“Saya telah menjadi pelanggan Kedai kopi Bangoen Djaya dari awal opening yang tempatnya masih di depan sampai sekarang Kedai kopi pindah ke tempat baru.”karena selain memang dekat dari rumah suasananya emang nyaman buat jadi tempat nongkrong. “</i>
3.	<i>“Saya pernah mendapat promosi berupa potongan harga untuk pembelian produk melalui Grabfood Bentuk promosi seperti apa yang pernah anda dapatkan selama menjadi pelanggan di Kedai kopi Bangoen Djaya? .”</i>
4.	Bagaimana sumber Informasi didapatkan terkait adanya promosi di Kedai kopi Bangoen Djaya?  <i>“Saya tau informasi tentang promosi ini dari media sosialnya ( Instagram). Kebetulan saya mengikuti akun Instagram Kedai kopi Bangoen Djaya.”</i>
5.	Bagaimana kesan anda terhadap promosi yang dilakukan Kedai kopi Bangoen Djaya?  <i>“Tentunya saya sangat senang dengan adanya promo dari gojek ini, saya juga merasa menguntungkan dengan adanya promosi ini.”</i>

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023

Lampiran 5 : Transkrip Hasil Wawancara Informan Kunci

Nama Informan : Guntur Syahwindra	
Usia	: 26 th
1.	Bagaimana anda mengetahui keberadaan Kedai kopi Bangoen Djaya?  <i>“Saya mengetahui keberadaan Kedai kopi Bangoen Djaya dari karyawan Kedai kopi Bangoen Djaya itu sendiri.” dari situ saya suka datang ke Kedai kopi Bangoen Djaya selain nyaman dengan suasana dengan harga yang murah setiap hari nongkrong ke sini gabikin boros.</i>
2.	Sejak kapan anda menjadi pelanggan Kedai kopi Bangoen Djaya?  <i>“ Saya awal mula menjadi pelanggan Kedai kopu sejak awal buka di sekitar tahun 2019 atau 2020-an. Karena emang nyaman suasana nya.”</i>
3.	Bentuk promosi seperti apa yang pernah anda dapatkan selama menjadi pelanggan di Kedai kopi Bangoen Djaya?  <i>” Promo yang saya ketahui berupa potongan harga tertentu itu langsung saat lagi di Kedai kopi Bangoen Djaya tersebut. “</i>
4.	Bagaimana sumber Informasi didapatkan terkait adanya promosi di Kedai kopi Bangoen Djaya?  <i>“ Saya mengetahui promo dari highlight atau feeds akun Instagram nya terus ada juga dari WA.”</i>
5.	Bagaimana kesan anda terhadap promosi yang dilakukan Kedai kopi Bangoen Djaya?  <i>““ Saya merasa senang dengan adanya promosi dari gojek saya menjadi tau dan tidak tertinggal saat tidak datang langsung ke kedai dan saat saya datang ke kedai pemilik memberitahu lg secara langsung terkait promosi dengan harganya yang terjangkau. “</i>

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023

Lampiran 6 : Dokumentasi dengan Informan Pokok





Lampiran 7 : Dokumentasi dengan Informan Kunci



## Lampiran 8 : Surat Penugasan

**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,  
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi  
R. Soekarno Bld. Jl. Pahlawan, Four Seasons, Jakarta 17013 Telp: (021) 5911911, 599 700 (Hunting) Fax: (021) 5911919  
E.O. Box 4742 Jakarta 10471 Email: info@un.nsi.ac.id, info@un@un.nsi.ac.id

---

**PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI**  
Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Dr. Dra. Lely Arrianto, M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Anisa Putri Nawati  
Nomor Pokok : 193516516259  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- Mendampingi mahasiswa bimbingannya dalam seminar proposal penelitian
- Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini dibanda tangan.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022  
Dekan,  
  
**Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si**  
N.I.P. : 0109170857

**UNIVERSITAS NASIONAL**

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;



Lampiran 9 : Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi

**LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Anisa Putri Naswati  
 Nama Pokok Mahasiswa : 193516516259  
 Program Studi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat  
 Judul Skripsi : Strategi *Push*, *Pass* dan *Pull* Marketing dalam menarik pelanggan di Kedai kopi ( Studi Pada Kedai kopi Bangoen Djaya )

NO	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	Rabu, 30 November 2022	Revisi bab 1-3 setelah sidang sempro	
2	Senin, 19 Desember 2022	Pengerjaan Bab IV	
3	Senin, 26 Desember 2022	Melengkapi Bab IV	
4	Jumat, 13 Januari 2023	Revisi Bab IV	
5	Jumat, 20 Januari 2023	Pengerjaan Bab V	
6	Kamis, 26 Januari 2023	Revisi Bab V	
7	Jumat, 3 Februari 2023	Pengerjaan seluruh bagian skripsi	
8	Sabtu, 4 Februari 2023	Seluruh skripsi Bab 1-5	



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

FORMULIR 4  
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anisa Putri Naswafi  
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516259  
Jurusan : Ilmu Komunikasi – Public Relations  
Program Studi : Ilmu Sosial Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Strategi Push, Pass dan Pull Marketing dalam menarik pelanggan di Kedai Kopi ( Studi pada Kedai 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 Salm, S.Sos., M.I.Kom.

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

Keterangan:

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



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Anisa Putri Naswati  
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516259  
Konsentrasi : Public Relations  
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 disahkan  
Jakarta, 7 Maret 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Lely Armanie, M.Si

Dekan

  
Dr. Erna Mawati Chotim, M.Si

# 19351516259\_Anisa Putri Naswati\_turnit Skripsi

## ORIGINALITY REPORT



## PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	2%
2	repository.itk.ac.id Internet Source	2%
3	docplayer.info Internet Source	1%
4	ojs.stiami.ac.id Internet Source	1%
5	core.ac.uk Internet Source	1%
6	www.researchgate.net Internet Source	1%
7	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
8	jurnalmandiri.com Internet Source	1%
9	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%

Lampiran 10 : Daftar Riwayat Hidup



**Data Pribadi**

Nama : Anisa Putri Naswati  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 25 Agustus 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Nama Orang Tua  
1. Nama Ayah : Achmad Dian Alamsyah  
2. Nama Ibu : Trisnawati  
3. Alamat : Jl. Kamboja Rt. 05 Rw.04 No.26 Tanjung Barat,  
Jakarta Selatan

**Pendidikan**

1. SD : SDN Pejaten Timur 03 Pagi ( 2007 – 2013 )
2. SMP : SMPN 238 JAKARTA
3. SMA : SMK Pembangunan Jaya- YAKAPI
4. Perguruan Tinggi : Universitas Nasional
  - A. Program Studi : Ilmu Komunikasi
  - B. Konsentrasi : *Public Relations*
  - C. Universitas : Universitas Nasional

Jakarta, 07 Februari 2023

Anisa Putri Naswati  
Penulis

## 6.5 Konfigurasi Model Hasil Penelitian : STRATEGI *PUSH*, *PASS* DAN *PULL* MARKETING DALAM MENARIK DI

### KEDAI KOPI PELANGGAN ( Studi Kedai kopi Bangoen Djaya )



