



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. INSPIRASI  
BISNIS NUSANTARA (HAUS INDONESIA) DENGAN  
GEROBAK KELILING DALAM MENARIK MINAT BELI  
KONSUMEN**

**SKRIPSI**

**MOHAMAD DANIEL ALFAUZI**

**213516516232**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
JAKARTA  
FEBRUARI 2025**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF PT.  
INSPIRASI BISNIS NUSANTARA (HAUS INDONESIA) WITH  
MOBILE CARTS IN AN EFFORT TO ATTRACT CONSUMER  
BUYING INTEREST IN HAUS BEVERAGE PRODUCTS**

**SKRIPSI**

*Submitted as one of the requirements to obtain a bachelor of communication  
science (S.I.KOM) degree*

**MOHAMAD DANIEL ALFAUZI**

**213516516232**

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM  
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE  
JAKARTA  
FEBRUARY 2025**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. INSPIRASI  
BISNIS NUSANTARA (HAUS INDONESIA) DENGAN  
GEROBAK KELILING DALAM MENARIK MINAT BELI  
KONSUMEN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.Kom)

**MOHAMAD DANIEL ALFAUZI**

**213516516232**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
JAKARTA  
FEBRUARI 2025**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS

### HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini.

Nama : Mohamad Daniel Alfauzi

Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516232

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Inspirasi Bisnis Nusantara (Haus Indonesia) Dengan Gerobak Keliling Dalam Menarik Minat Beli Konsumen

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 saat ini saya buat,

Jakarta, 24 Februari 2025

Yang membuat pernyataan



Mohamad Daniel Alfauzi

## LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

### LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Muhamad Daniel Alfauzi  
NPM : 213516516232  
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Prodi & Konsetrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan  
Tanggal Sidang : 17 Februari 2025

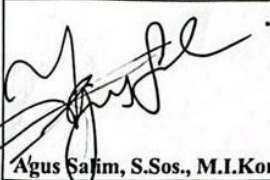
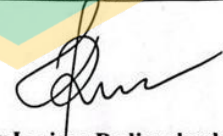

#### JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. INSPIRASI BISNIS NUSANTARA (HAUS INDONESIA) DENGAN GEROBAK KELILING DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN**

#### JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF PT. INSPIRASI BISNIS NUSANTARA (HAUS INDONESIA) WITH MOBILE CARTS IN ATTRACTING CONSUMER BUYING INTEREST**

#### TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 25 Februari 2025	TGL : 25 Februari 2025	TGL : 25 Februari 2025
 Agus Safim, S.Sos., M.I.Kom.	 Djudjur Luciana Radjagukguk., S.Sos., M.Si.	 Muhamad Daniel Alfauzi

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Daniel Alfauzi

NPM : 213516516232

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Inspirasi Bisnis  
Nusantara (Haus Indonesia) Dengan Gerobak  
Keliling Dalam Menarik Minat Beli Konsumen

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, 12 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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

  
Dr. Erna Entawati Chotim., M.Si.

## PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhamad Daniel Alfauzi  
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516232  
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Prodi / Konstrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Inspirasi Bisnis Nusantara (Haus Indonesia) Dengan Gerobak Keliling Dalam Menarik Minat Beli Konsumen

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 17 Februari 2025, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 24 Februari 2025

Ketua Sidang : Nursatyo S.Sos., M.Si

Penguji I : Drs. Adi Prakosa., M.Si

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

Keterangan :

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

## KATA PENGANTAR

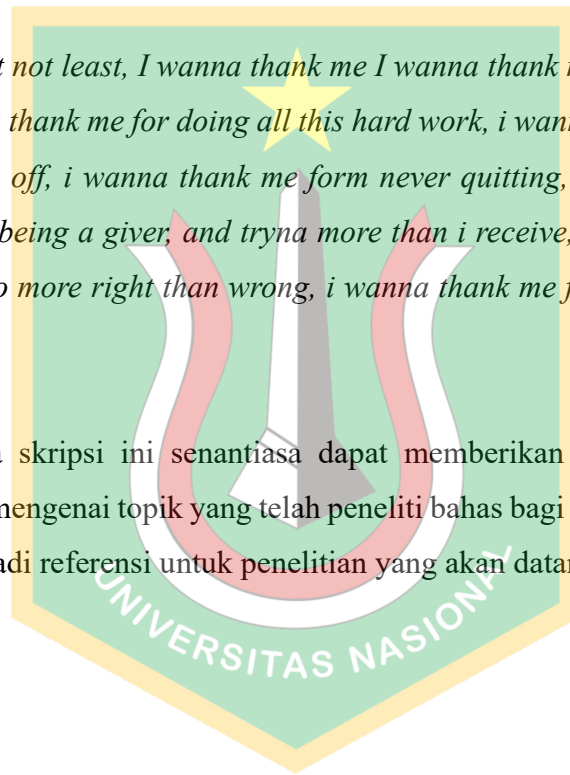
Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal untuk skripsi. Proposal ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Inspirasi Bisnis Nusantara (Haus Indonesia) Dengan Gerobak Keliling Dalam Menarik Minat Beli Konsumenl. Skripsi ditunjukkan sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.KOM) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional. Selanjutnya penulis juga menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak di bawah ini :

1. Dr., Drs. El Amry Bermari Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M. Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum dan Akademik.
4. Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum.
5. Djudjur Luciana Radjaguguk, S. Sos., M. Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
6. Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
7. Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom. Selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tua Bapak Hendra Setiawan, Ibu Hilda Apriany Damanik, serta adik saya Nayshela Afra telah mendukung Penulis dalam penulisan skripsi ini baik dari support secara fisik maupun materil
9. Dwi Pharadillah Rizon, S.Sos., M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis Sebagai Mahasiswa
10. Seluruh Staff Haus Indonesia, Tim Marketing, KOL Spesialis, dan para barista driver Haus Keliling

11. Seluruh kawan perjuangan saya, Aldi Fhahmi, Mehdi, Daffa, Ammar, Alvi an, Adam, Dimas yang ikut serta memberikan semangat dan bantuan kepada peneliti dalam mengerjakan skripsi hingga tuntas.
12. Sukma Devi Widiastuti selaku support system, yang telah sering memberikan semangat dan bantuan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi hingga tuntas. Serta mendengarkan keluh kesah saya setiap harinya.
13. Seluruh Informan yang terlibat dalam penelitian ini, saya mengucapkan terima kasih karena sudah meluangkan waktunya di tengah jadwal kegiatan yang padat dan memberikan informasi yang sangat berguna untuk penelitian ini.

14. *Last but not least, I wanna thank me I wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me form never quitting, i wanna thank me for always being a giver, and tryna more than i receive, i wanna thank me for tryna do more right than wrong, i wanna thank me for just being me at all times*

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



Jakarta, 7 Januari 2025

Penulis  
Mohamad Daniel Alfauzi

## PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

### PERNYATAAN PESETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mohamad Daniel Alfauzi

NPM : 213516516232

Program Studi : Ilmu Komunikasi / Advertising

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Inspirasi Bisnis Nusantara (Haus Indonesia) Dengan Gerobak Keliling Dalam Menarik Minat Beli Konsumen**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengali media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Maret 2025

Yang Menyatakan



Mohamad Daniel Alfauzi

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Inspirasi Bisnis Nusantara (Haus Indonesia) melalui konsep gerobak keliling dalam menarik minat beli konsumen terhadap produk minuman Haus. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengkaji berbagai aspek komunikasi pemasaran yang digunakan, termasuk penerapan bauran pemasaran (Marketing Mix 7P) serta strategi branding dan promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Haus Keliling mengandalkan interaksi langsung antara barista keliling dan konsumen, pemanfaatan media sosial, serta integrasi berbagai saluran pemasaran offline dan online. Model bisnis gerobak keliling terbukti efektif dalam meningkatkan aksesibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat brand awareness. Selain itu, pendekatan pemasaran yang inovatif dan adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen menjadi faktor utama dalam menarik minat beli. Kesimpulannya, strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Haus Indonesia melalui konsep gerobak keliling berhasil menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen serta memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan bisnis mereka.

Kata Kunci:

Strategi komunikasi pemasaran, Gerobak keliling, Minat Beli, Haus Indonesia, Bauran Pemasaran.



## ABSTRACT

*This study aims to determine the marketing communication strategy applied by PT Inspirasi Bisnis Nusantara (Haus Indonesia) through the concept of mobile carts in attracting consumer buying interest in Haus beverage products. With a qualitative approach, this research examines various aspects of marketing communication used, including the application of the marketing mix (Marketing Mix 7P) as well as branding and promotion strategies. The results show that Haus Keliling's marketing communication strategy relies on direct interaction between mobile baristas and consumers, utilization of social media, and integration of various offline and online marketing channels. The mobile cart business model has proven effective in increasing product accessibility, expanding market reach, and strengthening brand awareness. In addition, an innovative and adaptive marketing approach to changing consumer behavior is a major factor in attracting buying interest. In conclusion, the marketing communication strategy implemented by Haus Indonesia through the concept of mobile carts has succeeded in creating closer relationships with consumers and having a positive impact on their business growth.*

*Keywords:*

*Marketing communication strategy, Mobile carts, Purchase Interest, Haus Indonesia, Marketing Mix*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b><u>DAFTAR TABEL</u> .....</b>	<b><u>xiii</u></b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
1.5 Sitematika Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori Yang Digunakan.....	18
2.2.1 Teori Marketing Mix .....	18
2.2.2 Konsep Strategi .....	24
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	26
2.2.4 Gerobak Keliling.....	28
2.2.5 Minat Beli .....	30
2.2.6 Pemasaran .....	33
2.2.7 Konsumen .....	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>

3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Pendekatan Penelitian .....	41
3.3 Metode Penelitian.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	46
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	49
3.7 Informan Penelitian.....	51
3.8 Jadwal Penelitian.....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	55
4.1.2 Struktur Organisasi.....	55
4.2 Profil Informan Penelitian.....	61
4.3 Hasil Penelitian .....	64
4.4 Pembahasan.....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>98</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>9</b>
<b>Tabel 3. 1 Key Informan .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 3. 2 Informan Pendukung .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....</b>	<b>53</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 HULING (Haus Keliling) .....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian.....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 4. 1 Logo Haus! Indonesia .....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 4. 2 Struktur Organisasi.....</b>	<b>56</b>
<b>Gambar 4. 3 Instagram Haus Indonesia.....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 4. 4 Perbedaan Store Haus Awal 2018 dan Tahun 2021 .....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 4. 5 Peluncuran Haus Keliling Pertama Kali.....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 4. 6 Poll Haus Keliling.....</b>	<b>59</b>

