

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *CAFE THE HOUSE OF*  
RAMINTEN YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH PENGUNJUNG**

*(Strategy Marketing of Communication Cafe The House of Raminten Yogyakarta  
to Rise a Number of Consumer)*

**Skripsi ini Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Strata-1  
(S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**Suci Prawesti Ningrum**

**NIM. 2005 053 0237**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2010**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- ❖ Allah SWT, dengan Rahmat dan Hidayahnya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
  - ❖ Suri Tauladanku Nabi Muhammad SAW, dengan segala perjuangannya membawa Islam sebagai pedoman hidup manusia untuk kebahagiaan yang sempurna di dunia-akhirat.
  - ❖ Kedua orangtuaku, papa Wahyu Dhiarto WS beserta mama Marwati sebagai “inspirasi” dalam kehidupanku yang lebih cerah dan bahagia. Dengan cinta dan kasih sayangnya yang tulus tanpa mengenal letih memberikan semangat dan dukungan serta nasihat-nasihat yang terbaik dalam hidupku. Terimakasih aku ucapkan untuk papa dan mama tercinta.
  - ❖ PT CNI (Centra Nusa Insan Cemerlang) Jakarta, sebagai perusahaan internasional. Terimakasih sebesar-besarnya atas beasiswa yang diberikan kepada penulis dari awal
- 
- ❖ kuliah hingga memperoleh gelar sarjana Strata-1 ini. Penulis akan memberikan yang terbaik, segala loyalitas, dan kemampuan saat bekerja nanti demi kemajuan PT CNI Jakarta.
  - ❖ Kakakku Handarbeni Setio Wicaksono, SH dan adikku Anggeretha Wahyuning Tias yang selalu memberikan warna dalam kehidupan dengan canda, tawa, serta keributan kecil yang sesungguhnya kritik membangun demi kemajuan bersama. Kerinduan akan selalu ada untuk kalian.
  - ❖ Cahaya dalam kegelapanku Oki Setiaji Dewanto, penyempurna kebahagiaanku, dengan cinta dan kasihmumu membuat aku lebih terpacu untuk menjadi yang terbaik dalam kehidupanku, karenamu aku lebih semangat untuk menyelesaikan skripsi ini demi masa depan yang lebih indah nantinya, senyummu, tawamu, marahmu membuat aku

semakin mencintaimu...finally, kita bisa wisuda bareng  
beibomkkuwwwww.....,amien terima kasih ya Allah.

- ❖ Seluruh keluarga besarku (keluarga besar Wignyo Suprpto, keluarga besar Muta'ad), didikan serta tempaan yang kini berbuah semakin ranum akan aku serahkan untuk seluruh keluarga besarku...keep solid forever...
- ❖ Almamaterku Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.



☺ .....Terima Kasih.....☺

## HALAMAN MOTTO

**Cinta tidak akan  
memberikan apa-apa  
pada kalian**

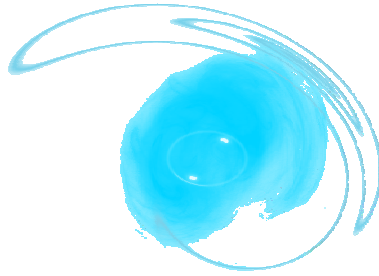
**Kecuali keseluruhan  
dirinya, cinta tidak akan  
Mengambil apa-apa dari  
kalian**

**Kecuali dari dirinya  
sendiri**

**Cinta tidak dimilikii**

**Tetapi cinta  
Telah cukup**

# Untuk ....Cinta...



**By: Kahlil  
Gibran**

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Café The House of Raminten Yogyakarta dalam Menarik Minat Konsumen”. Adapun dasar dilakukannya penulisan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi dan melengkapi sebagian persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Selanjutnya dengan selesainya skripsi ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang tidak terhingga kepada semua pihak tanpa terkecuali yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung baik moril maupun materiil.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Ibu Suciati SSos, Msi. Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
2. Bapak Taufiqurrahman, MA. Selaku dosen Pembimbing di awal skripsiku hingga ujian proposal. Terima kasih atas bimbingan, pengarahannya serta semangat yang selalu diberikan kepada penulis.
3. Ibu Yeni Rosilawati, SIP, SE, MM. Selaku dosen pembimbing I. Terima kasih atas bimbingan dan pengarahannya kepada penulis. Sangat berkesan dengan bimbingan Ibu..
4. Bapak Aswad Ishak, SIP. Selaku dosen pembimbing II. Terima Kasih atas bimbingan, pengarahannya dan semangat kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Hamzah H.S selaku Pemilik *Café The House of Raminten Yogyakarta* serta Ibu Lisa Pawestinarsih selaku *Manager Café The House of Raminten Yogyakarta* atas izin yang diberikan dalam penelitian ini, serta informasi yang diberikan...Makasih ya Bu Lisa...
6. Mas Fernando Noor (Mas Nandu) selaku *Public Relations Café The House of Raminten Yogyakarta* atas waktu yang diberikan dalam memperoleh data yang dibutuhkan penulis...akhirnya selesai juga Mas Nandu skripsi Suci, enggak sia-sia mondar-mandir ke Raminten heee,,,serta Manajemen *Café The House of Raminten Yogyakarta* yang tidak bisa disebutkan satu-persatu (Mas Bayu, Mas Bagus, dll)...Thanks for all.
7. Alm. Eyang Wignyo dan Alm. Eyang Jasmin tercinta dan terkasih atas doa dan harapan mulia yang selalu eyang panjatkan kala itu hingga kini akan terus kami pupuk dan kami agungkan. Semoga kami dapat terus membangun dan menjaga kemuliaan seluruh keturunanmu hingga waktu kami menyambut hari bahagia itu. Sehingga eyang akan tersenyum melihat kami ini keturunanmu sukses dan bahagia dengan mampu membawa nama baik kalian selamanya...ya Allah tetapkanlah eyang kami

ini disisi-Mu selamanya, muliakanlah mereka sehingga mereka kan selalu bahagia dan tenang di alam sana...amien

8. Mbah Muta'ad dan Mbah Sapuroh tercinta dan terkasih...Alhamdulillah mbah akhirnya penantian uce datang juga mendapatkan gelar sarjana,tambah lagi deh mbah cucu mbah yang jadi tukang insinyur heee,,,sayang mbah bangettt....!!!
9. Papa Wahyu dan Mama Marwati tercinta, tersayang, terkasih...tiada kata-kata terindah yang bisa membalas semua yang telah mama-papa berikan ke uce...terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini, ikut serta dalam setiap kegiatan yang uce lakukan menjelang wisudaku nanti...uce bangga banget sama mama-papa,,I LOVE U
10. Kedua Orang tua Aa Oki (Om Giyanto, Tante Wartu), Mba Rita-Mas Yogi serta si kecil Cheril yang lucu, de Rini, De Winda...Terima Kasih atas doa dan dukungannya yang selalu diberikan untukku..
11. Kakakku (Handarbeni Setio Wicaksono SH) dan Anggeretha Wahayuning Tias..kasih sayang kalian membuatku semakin mengerti akan kasih sayang sesama keluarga...SAYANG Mas Tito,,SAYANG Retha (cahaya kecil di Rumah kami)
12. Aa Oki Setiaji Dewanto...cahaya kehidupanku yang selalu ada untukku...BeiboNkkkk, Alhamdulillah akhirnya kita bisa wisuda bareng...aminnn,,Smoga cinta dan kasih sayang kita kan terjaga sampai kapanpun...aminnn,,Masa Depan cerah harus kita raih sayanggg...Loph U
13. Sahabat-sahabatku tersayang (Afa, Ayuk, Riva, Vitha, Citra, Jhe. Mba Hendra, Dana) terima kasih atas perhatian, dukungan, dan doa kalian...semoga persahabatan ini kan tetap terjalin...aminnn,,Jhe, Citra Ayo buruan Nyusull...Cayo!!!
14. Budeh Nani, Padeh Syam-Budeh Tantin, Padeh Is-Budeh Eni, Alm. Padeh Turman-Budeh Yati, Padeh Ju'en-Budeh Ipah, ...makasih padeh-budeh tersayang atas doa dan dukungannya selama ini...Alhamdulillah uce akhirnya lulus hee...
15. Lilik To'id-Lilik Nelly, Lilik Jali-Lilik Sophie, Lik Liha-Om Yoga, Lik Eny-Lik Rukhin, Lik Gono-Lik Ning, Lik Muslih-Lik Sri, Bulik Titik-Om Endang, Om Iwit, Om Har.....Terima Kasih dengan tulus selalu terucap untuk lilik-lilikku, bulik dan Om atas dukungan, doa dan bantuan materinya (lik Gono, Lik Muslih) hee....
16. Sepupu-sepupuku yang ada di Surabaya (Mb Engpi alias Mapi, Mb Dian beserta arek2nya yang cantik dan lucu Nana-Rere, Mas Vito, Mas Bahrul), di Yogyakarta (Mb Pu2t, Intan-dek Agus, Mb In, Mb Ratna beserta de Ega-Icha, Mas Wawan-Mb Imah beserta Rifki dan Firly, Ika, Aip-De Vika beserta si kecil Bahri, De Vivi dan si kecil Huda, di Jakarta (Mas Behan-Mba Lisda, Mas Bambang, Yuk Iis, Yuk Ati, Yuk Harti-Mas Yadi, Yuk Sri-Mas Hamim, Mas Imam, Nanda, Anan, de Icad, Dimas, Miya, Syifa, Zalva, yang di Tegal (Yuk Kiah-suami, Yuk Ati, Mas Aji), di Belgia Faris...terima kasih sepupu-sepupuku yang selalu kompak dan menghibur...

17. Mbak Siti yang selalu ada di Jurusan, dan tak pernah letih menjawab pertanyaan mahasiswa, tempat curhat tentang dosen-dosen, pak Jono n crew...terima kasih banyak pakk....sukses selalu ya pak...
18. Ibu Soto Gedhek yang baik hati dan si mbak...makasih doanya ya Bu...
19. Semua yang telah membantu dan mendoakanku...teman-temanku (Ria, Zaumah, Heni-Thea, Reni, Anggie, Derat, Widi, Santi, Dilla Makasar, Zakiah, Ical, Esti emon,Mincuk, Frisco,Manggazali-Dindut, Dian Kusuma, Wina, Didik, Sakti ngatiniku, Anin, Shinta...semuanya)terima kasih kawan-kawan ...
20. Sukses selalu buat teman-teman komunikasi...Cayo!!!!

Wassalammualaikum, Wr. Wb

Yogya, 3004010

LuV u aLL...☺

Suci Prawesti Ningrum



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR BAGAN .....	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Kerangka Teori .....	7
E.1. Komunikasi Pemasaran .....	7
E.1.1. Definisi Komunikasi Pemasaran.....	8
E.1.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	19
E.2. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	21
E.2.1.Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Semua Unsur dalam Bauran Pemasaran.....	22
E.2.2. Langkah-langkah Strategi Komunikasi Pemasaran.....	24
E.3 Konsep Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i> .....	28
E.3.1. Segmentasi.....	28
E.3.2. <i>Targeting</i> .....	29
E.3.3. <i>Positioning</i> .....	30
E.4. Minat Beli Konsumen.....	33
E.5. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	34
E.6. Industri Kuliner.....	35
E.6.1 Definisi <i>Cafe</i> .....	35
E.6.2. Definisi Restoran.....	36
F. Metode Penelitian.....	38

F.1. Jenis Penelitian.....	38
F.2. Obyek Penelitian.....	40
F.3. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
F.4. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F.5. Teknik Analisis Data.....	42
G. Sistematika Penulisan.....	43

## BAB II

### GAMBARAN UMUM CAFE THE HOUSE OF RAMINTEN YOGYAKARTA

A. Sejarah Perusahaan.....	45
B. Filosofi dan Slogan.....	47
C. Visi dan Misi.....	48
D. Struktur Organisasi.....	48
E. Deskripsi Kerja Departemen.....	49
F. Lokasi.....	51
G. Tata Kerja.....	52
H. SDM <i>Cafe The House Of</i> Raminten Yogyakarta.....	53
H.1. Latar Belakang Karyawan.....	53
H.2. Jaminan Kerja.....	53
H.3. Fasilitas Karyawan.....	54
H.4. Jam Kerja Karyawan.....	54
H.5. Program dan Keistimewaan.....	54
I. Hubungan Kerja dan Keistimewaan.....	57

## BAB III

### PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data.....	59
A.1. Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Cafe The House of</i> Raminten Yogyakarta.....	59
A.1.1. Segmentasi.....	63
A.1.2. <i>Targeting</i> .....	65
A.1.3. <i>Positioning</i> .....	66
A.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran <i>Cafe The House of</i> Raminten Yogyakarta.....	66
A.2.1. Merancang Pesan.....	71
A.2.2. Pemilihan Saluran Komunikasi Pemasaran.....	72

A.2.3. Mengalokasikan Total Anggaran Promosi.....	76
A.2.4. Memutuskan Bauran Komunikasi Pemasaran.....	76
A.3. Hasil yang Dicapai dalam Strategi Komunikasi Pemasaran.....	77
A.3.1. Mengukur Hasil Promosi.....	77
A.3.2. Mengelola dan Mengkoordinasi Seluruh Proses Komunikasi Pemasaran.....	78
1. Periklanan.....	80
2. <i>Sales Promotion</i> .....	87
3. <i>Word of Mouth</i> .....	88
A.4. Evaluasi Pencapaian Hasil Strategi Komunikasi Pemasaran.....	90
A.5. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	96
A.5.1. Faktor Pendukung.....	96
A.5.2. Faktor Penghambat.....	97
B. Analisis Data.....	97

## BAB IV

### PENUTUP

A. Kesimpulan.....	117
B. Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	122

### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1:</b> Perbandingan <i>Cafe</i> dan Konsep yang Ditawarkan.....	2
<b>Tabel 2:</b> Model Hirarki Respon.....	21

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1:</b> Hubungan 4P dengan 4C .....	5
<b>Gambar 2:</b> Proses Pengambilan Keputusan Komunikasi Pemasaran dalam Tingkat Merek .....	18
<b>Gambar 3:</b> Model Perilaku Pembeli.....	35
<b>Gambar 4:</b> Suasana <i>Cafe The House of Raminten</i> Yogyakarta.....	76
<b>Gambar 5:</b> <i>Display Cafe The House of Raminten</i> Yogyakarta.....	90
<b>Gambar 6:</b> <i>Banner Cafe The House of Raminten</i> Yogyakarta.....	93

## DAFTAR DIAGRAM

<b>Diagram 1:</b> Presentase Jumlah Pengunjung.....	96
-----------------------------------------------------	----