

## **ABSTRACT**

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA KEDAI KOPI DARKST DI KOTA MEDAN**

**LUTFIAH PUTRI**

**NPM : 71190612029**

Darkst merupakan salah satu kedai kopi yang ada di Kota Medan, kedai kopi ini memiliki konsep gelap tidak seperti kedai kopi lainnya. Dalam menarik minat konsumen, diperlukan strategi komunikasi pemasaran, karena pemasaran yang baik akan membuahkan hasil yang baik pula. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran di kedai kopi Darkst di Kota Medan. Dalam penelitian ini, Darkst menggunakan bauran pemasaran yang dikelompokkan menjadi empat variabel (4P), yaitu Produk, price, place, dan Promotion agar tetap bertahan dan menarik konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan teknik purposive sampling dalam menentukan informan. Dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa strategi yang digunakan oleh kedai kopi Darkst adalah memiliki banyak varian minuman, mematok harga terjangkau, memiliki tempat yang nyaman dan menarik, pelayanan yang baik, promosi menggunakan media sosial Instagram dan berkolaborasi dengan sebuah brand.

**Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Kedai kopi, Darkst.**

## **ABSTRACT**

### **MARKETING COMMUNICATION STRATEGY AT DARKST COFFEE SHOP IN MEDAN CITY**

**LUTFIAH PUTRI**  
**NPM : 71190612029**

Darkst is one of the coffeeshops in Medan City, this coffee shop has a dark concept unlike other coffee shops. In attracting consumer interest, a marketing communication strategy is needed, because good marketing will produce good results as well. Therefore, in this study, researchers aimed to determine the marketing communication strategy at the Darkst coffee shop in Medan City. In this study, Darkst uses a marketing mix that is grouped into four variables (4P), namely Product, Price, Place, and Promotion to stay afloat and attract consumers. The method used in this study is qualitative with a phenomenological approach and purposive sampling techniques in determining informants. From the results of this study, it can be seen that the strategy used by Darkst coffee shop is to have many variants of drinks, set affordable prices, have a comfortable and attractive place, good service, promote using Instagram social media and collaborate with a brand.

**Keywords: Strategy, Marketing Communication, Marketing Mix, Coffee shop, Darkst**