

**ANALISIS MEDIA ONLINE DAN OFFLINE KEDAI  
KOPIKHO DI MUSEUM MANDALA BHAKTI DI KOTA  
SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun oleh:

Welly Dianto

15.D1.0053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2020**

**ANALISIS MEDIA ONLINE DAN OFFLINE KEDAI  
KOPIKHO DI MUSEUM MANDALA BHAKTI DI KOTA  
SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun oleh:

Welly Dianto

15.D1.0053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

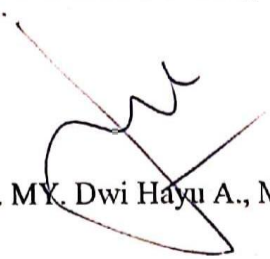
**2020**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Welly Dianto  
Nomor Induk Mahasiswa : 15.D1.0053  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Proposal : **“MEDIA ONLINE DAN OFFLINE YANG BERPERAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN KEDAI KOPIKHO DI MUSEUM MANDALA BHAKTI DI KOTA SEMARANG”**  
Dosen Pembimbing : Dr. MY. Dwi Hayu A., MBA

Disetujui di Semarang, 27Februari 2020

Dosen Pembimbing

  
Dr. MY. Dwi Hayu A., MBA

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Welly Dianto  
NIM : 15.D1.0053  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya saya sendiri. Apabila kemudian hari ditemukan plagiasi, manipulasi, dan bentuk - bentuk kekurangan lain, saya bersedia untuk bertanggung jawab dan menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 27 Februari 2020



Welly Dianto

## HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Analisis Media Online Dan Offline Kedai Kopikho Di Museum Mandala  
Bhakti Di Kota Semarang

Diajukan oleh : Welly Dianto

NIM : 15.D1.0053

Tanggal disetujui : 27 Februari 2020

Telah setuju oleh

Pembimbing : Dra. My. Dwi Hayu Agustini M.B.A., PhD

Penguji 1 : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Penguji 2 : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.

Penguji 3 : Dra. My. Dwi Hayu Agustini M.B.A., PhD

Ketua Program Studi : Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Dr. Oct. Digdo Hartomo S.E., M.Si.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=15.D1.0053](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=15.D1.0053)

## KATA PENGANTAR

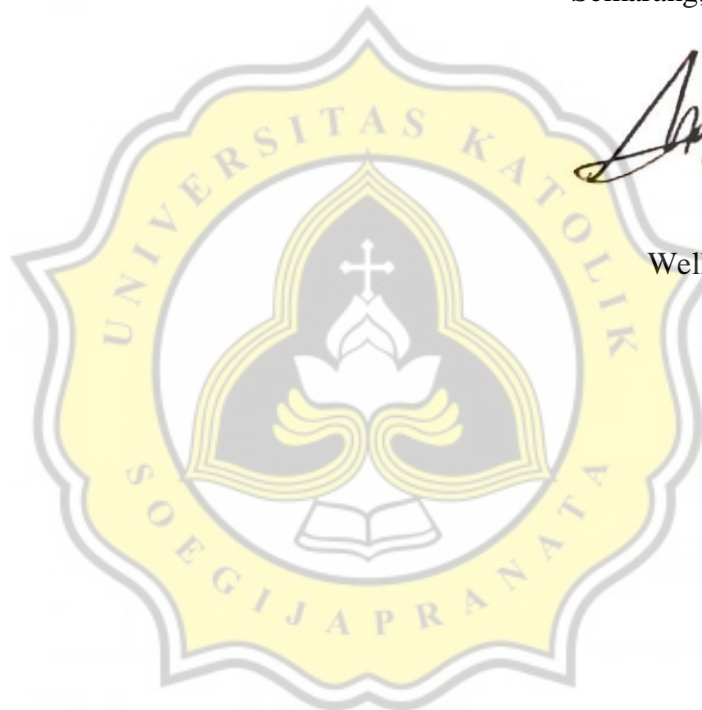
Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul **“Analisis Media Online dan Offline Kedai Kopikho di Museum Mandala Bhakti di Kota Semarang”** ini dapat diselesaikan dengan baik. Peneliti sangat bersyukur karena selama proses penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik sesuai dengan yang telah direncanakan dari tahap awal penyusunan hingga akhir.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar - besarnya kepada:

- a. Tuhan Yesus atas berkat dan anugrah-Nya selama ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
- b. Keluarga yang saya cintai, yaitu Papa dan Mama yang memberikan dukungan, semangat, nasehat dan doa yang selalu menyertai saya.
- c. Ibu Dr. MY. Dwi Hayu A., MBA selaku dosen pembimbing atas waktu dan ketersediaannya dalam memberikan petunjuk dan arahan kepada saya.
- d. Bapak Sentot Suciarto A., PH.D selaku Dosen Penguji I dan Ibu MG Westri Kekalih S.,SE.MSI selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
- e. Seluruh dosen dan staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katholik Soegijapranata yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan dan penelitian ini.
- f. Pemilik dari Kedai Kopikho yang telah bersedia memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian hingga akhir.
- g. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah ikut mengambil bagian dalam kelancaran proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti meminta maaf apabila isi di dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan karena keterbatasan pengetahuan yang peneliti miliki. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan serta pengalaman bagi para pembaca. Terimakasih.

Semarang, 27 Februari 2020



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Welly Dianto", is written over the right side of the university logo.

Welly Dianto

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Welly Dianto  
NIM : 15.D1.0053  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi yang berjudul “Analisis Media Online dan Offline Kedai Kopikho di Museum Mandala Bhakti di Kota Semarang”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 27 Februari 2020



Welly Dianto



## **ABSTRAK**

Oleh:

Welly Dianto

NIM: 15.D1.0053

Program Studi Manajemen

Analisis Media Promosi *online* dan *offline* pada Kedai Kopikho di Museum Mandala Bhakti Kota Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Untuk mengetahui media promosi yang paling banyak dilihat oleh konsumen Kedai Kopikho, sehingga tertarik untuk datang. Dalam penulisan penelitian ini digunakan teknik penelitian dengan metode kualitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 35 responden yang diambil dengan memilih media yang paling banyak dipilih oleh responden dan digunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media Banner dan Instagram berperan dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan akan meningkatkan penjualan.

Kata kunci: Media Promosi *online* dan *offline*, Banner, Instagram

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KERANGKA TEORITIS .....	8
2.1. Teori yang Berkenaan dengan Variabel Penelitian .....	8
2.1.1. Pemasaran dan Target Konsumen .....	8
2.1.2. Promosi .....	9
2.1.3. Media Promosi .....	10
2.1.4. Media Promosi <i>Online</i> .....	11
2.1.5. Media Promosi <i>Offline</i> .....	12
2.1.6. Promosi Yang Tepat .....	14

2.2.	Penelitian Terdahulu .....	15
2.3.	Kerangka Pikir Penelitian .....	16
2.4.	Definisi Operasional .....	17
2.4.1.	Media Promosi .....	17
2.4.2.	Media promosi <i>online</i> .....	17
2.4.3.	Media promosi <i>offline</i> .....	17
2.4.4.	Media Promosi yang Tepat .....	17
BAB III METODE PENELITIAN .....		18
3.1.	Populasi .....	18
3.2.	Sampel .....	18
3.3.	Teknik Sampling .....	18
3.4.	Jenis dan Sumber Data .....	19
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.6.	Teknik Analisis Data .....	21
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....		22
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	22
4.2.	Profil Responden .....	23
4.2.1.	Profil Responden .....	23
4.2.2.	Perilaku Pembelian .....	26
4.2.3.	Media yang Berperan .....	27
4.3.	Pembahasan .....	32
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		34
5.1.	Kesimpulan .....	34
5.2.	Saran .....	34
DAFTAR PUSTAKA .....		35
HALAMAN LAMPIRAN .....		40

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pekerjaannya.....	23
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pekerjaannya.....	24
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Kepuasan dan Jenis Kelamin.....	25
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Kedai Kopikho	26
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Media Promosi yang Membuat Mengetahui Kedai Kopikho.....	27
Tabel 4.6 Jumlah Media yang Mempengaruhi Responden Untuk Berkunjung ke Kedai Kopikho.....	27
Tabel 4.7 Jumlah Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Media Yang dipilih.....	28
Tabel 4.8 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Kepuasan pada Media Promosi.....	28
Tabel 4.9 Jumlah Responden Berdasarkan Kepuasan dengan Frekuensi Kunjungan.....	29
Tabel 4.10 Jumlah Responden Berdasarkan Kepuasan dengan Menu Favorit.....	29

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Promosi Kedai Kopi Kopikho.....	4
Gambar 4.1 Media Promosi Instagram Milik Kedai Kopikho.....	22
Gambar 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Minuman Favorit.....	26

