

Abstrak

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Publik Relation
Agustin Nur Fitriyani
Aktivitas Promosi Dapur HIjau Homemade n Healthy Food Yogyakarta
Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen (Studi Deskriptif Kualitatif
Promosi Dapur HIjau Homemade n Healthy Food Yogyakarta periode 1 Mei
2015 sampai 31 Januari 2016)
Tahun Skripsi 2016
Daftar Pustaka 17 Buku 4 Internet**

Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan akan makanan sehat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha kuliner salah satunya adalah Dapur Hijau Homemade n Healthy Food. Dapur Hijau Homemade n Healthy Food adalah rumah produksi makanan sehat yang mempunyai konsep homemade, 100% dibuat dari bahan alami non pengawet, non msg dan non bahan kimia. Sehubungan hal tersebut diatas maka penelitian ini akan membahas mengenai promosi yang dilakukan oleh Dapur HIjau Homemade n Healthy Food.

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan menggunakan studi kasus berdasarkan penelitian permasalahan yang diperoleh pada penelitian yaitu aktivitas promosi pemasaran yang dilakukan oleh Dapur Hijau Homemade n Healthy Food untuk meningkatkan jumlah konsumen. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan wawancara , observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian aktivitas promotion mix Dapur Hijau Homemade n Healthy Food pada periode 1 Mei 2015 sampai 31 Januari 2016 dalam meningkatkan konsumen kesimpulannya adalah pelaksanaan aktivitas promosi dengan menggunakan 4 media yaitu periklanan , personal selling , hubungan masyarakat /public relations , dan sales promotion. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dapur Hijau Homemade n Healthy Food dapat dikatakan berhasil terbukti dengan naiknya jumlah konsumen sebesar 58% di akhir 2015.

Kata kunci : Promosi , Pemasaran , Konsumen

Abstract

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication Studies

Concentration of Public Relations

Agustin Nur Fitriyani

Promotion Activities Dapur Hijau Homemade n Healthy Food Yogyakarta In

Increasing Number of Consumers (Qualitative Descriptive Study Promotion

Dapur Hijau Homemade n Healthy Food Yogyakarta period May 1, 2015

until January 31, 2016)

Thesis Year 2016

Bibliography 17 Book 4 Internet

Increasing public awareness of the need for healthy food utilized by operators culinary one of which is the Dapur Hijau Homemade n Healthy Food. Dapur Hijau Homemade n Healthy Food is a production house that has a concept of healthy food homemade, 100% natural material non preservatives, non msg and non chemicals. In relation to the above, this study will discuss the promotion by Dapur Hijau Homemade n Healthy Food.

This study used a qualitative descriptive study using case studies based on the problems that obtained in the study is the marketing promotion activities undertaken by Dapur Hijau Homemade n Healthy Food to increase the number of consumers. The methods used in data collection is by interview, observation and documentation.

The results of the research activities of promotion mix Dapur Hijau Homemade n Healthy Food in the period May 1, 2015 until January 31, 2016 in improving consumers conclusion is the implementation of promotional activities by using four media are advertising, personal selling, public relations and sales promotion. Promotional activities undertaken by the Dapur Hijau Homemade n Healthy Food was successful as evidenced by the increasing number of customers amounted to 58% at the end of 2015.

Keywords: Promotion, Marketing, Consumer