

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Deskriptif 1994 *Coffee And Creative Space* di Bukit Pakar Dago). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui permasalahan yang terjadi mengenai bagaimana strategi komunikasi pemasaran, hambatan serta solusi yang dilakukan oleh 1994 *Coffee And Creative Space* dalam menghadapi persaingan *Coffee Shop* di Bukit Pakar Dago.

Penelitian ini menggunakan teori Kotler dan Armstrong (2008) mengenai bauran komunikasi pemasaran 4P (*Product, Place, Price, Promotion*). Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi deskriptif, melakukan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah (1) Strategi komunikasi pemasaran menggunakan strategi STP dengan teori *Word Of Mouth* juga membuat *campaign*. (2) Hambatan yang dihadapi oleh 1994 *Coffee And Creative Space* dalam menghadapi persaingan yaitu promosi besar-besaran dan lokasi *Coffee Shop* yang kurang strategis. (3) solusi yang dilakukan 1994 *Coffee And Creative Space* dalam menghadapi persaingan dengan menggunakan teori komunikasi pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2008) yaitu 4P (*Product, Place, Price, Promotion*).

**Kata kunci :** Strategi, Komunikasi Pemasaran, Persaingan, *Word Of Mouth*, STP, 4P

## **ABSTRACT**

*This research was conducted to determine "Marketing Communication Strategies in Facing Competition (1994 Descriptive Study of Coffee and Creative Space in Bukit Pakar Dago). The purpose of this research is to find out the problems that occur regarding the marketing communication strategy, obstacles and solutions implemented by 1994 Coffee And Creative Space in facing competition from Coffee Shops in Bukit Pakar Dago.*

*This research uses Kotler and Armstrong's (2008) theory regarding the 4P marketing communications mix (Product, Place, Price, Promotion). This research also uses qualitative methods with a descriptive study type of research, carrying out data collection techniques using observation, in-depth interviews and documentation. The data analysis techniques used in this research are data reduction, data presentation, and drawing conclusions.*

*The results of this research are (1) The marketing communication strategy uses the STP strategy with Word of Mouth theory and also creates campaigns. (2) The obstacles faced by 1994 Coffee And Creative Space in facing competition are massive promotions and the less strategic location of the Coffee Shop. (3) the solution carried out by 1994 Coffee And Creative Space in facing competition using marketing communication theory according to Kotler and Armstrong (2008), namely 4P (Product, Place, Price, Promotion).*

**Keywords:** *Strategy, Marketing Communications, Competition, Word Of Mouth, STP,*