

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**STRATEGI MARKETING TOKO KOPEAH M IMING DALAM  
MEMPERTAHANKAN *BRAND IMAGE***

*(Analisis Deskriptif pada Toko Kopeah M Iming Bandung)*

Oleh :

**ADE DASA LUKMANSYAH  
NIM: 1154060001**

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Dr. H. Zaenal Mukarom, M.Si  
NIP.197003111995031004**

**Dyah Rahmi Astuti, S.Sos., M.Si  
NIP.198004192007102004**

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Ketua Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat,

**Dr. H. Darajat Wibawa, M.Si  
NIP.196808141995031003**

**Dr. H. Imron Rosyidi, M.Si  
NIP. 19720515200121004**

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul **Strategi Marketing Toko Kopeah M Iming dalam Mempertahankan *Brand Image*** (Analisis Deskriptif pada Toko Kopeah M Iming Bandung), telah dipertanggungjawabkan dalam Sidang Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tanggal 27 Agustus 2019. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat.

Bandung, 27 Agustus 2019

### Sidang Munaqasah

#### Majelis III

Ketua Majelis

Sekretaris Majelis

**Dr. Moch. Fakhruroji, M.Ag**  
NIP.197709282005011003

**Dyah Rahmi Astuti, S.Sos., M.Si**  
NIP.198004192007102004

Mengetahui:

Penguji I,

Penguji II,

**Rohmanur Aziz, S.Sos.I., M.Ag**  
NIP.197903042007101003

**Drs. Dang Eif Saiful Amin, M.Ag**  
NIP. 196904041996031003

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ade Dasa Lukmansyah  
Nomor Induk Mahasiswa : 1154060001  
Tempat dan Tanggal Lahir : Bandung, 19 Juni 1995  
Jurusan : Ilmu Komunikasi Konsetrasi Humas  
Alamat Lengkap : Kp. Cicolotok RT 002/RW 001 Ds. Sukamulya  
Kec. Karangtengan Kab. Cianjur

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Marketing Toko Kopeah M Iming Dalam Mempertahankan *Brand Image* (Analisis Deskriptif pada Toko Kopeah M Iming Bandung)”** adalah hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan hasil menyalin atau plagiasi dari karya tulis ilmiah (skripsi) orang lain.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya. Apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima segala konsekuensinya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandung, 07 Agustus 2019

Penulis,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG  
**ADE DASA LUKMANSYAH**

NIM: 1154060001

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, atas ridha dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Marketing Toko Kopeah M Iming Dalam Mempertahankan *Brand Image* (Analisis Deskriptif pada Toko Kopeah M Iming Bandung)”** Shalawat serta salam semoga selalu dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW., beserta keluarga, sahabat, dan umatnya. Amin.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan moril dan materiel selama menempuh studi di Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Secara khusus, penulis ucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. H. Ahmad Sarbini, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung beserta jajarannya,
2. Bapak Dr. H. Darajat Wibawa, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,
3. Bapak Dr. H. Imron Rosyidi, M.Si., selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat,
4. Bapak Dr. H. Zaenal Mukarom, M.Si. selaku pembimbing skripsi, yang selalu memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dyah Rahmi Astuti, S.Sos., M.Si. selaku Pembimbing II, yang telah begitu baik kepada penulis dan memberikan motivasi agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada ayahanda A.Saedi dan ibunda A.Ningrum atas seluruh pengorbanan baik material maupun nonmaterial beserta doa yang selalu kalian berikan, ananda mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya dan ananda tidak bisa dapat membalas seluruh jasa yang telah

diberikan, semoga Allah senantiasa memberikan rahmat dan keberkahan-Nya dan hanya Allah SWT yang mampu membalas jasanya.

7. Kepada Ibu Ella yang telah bersedia menerima penulis untuk meneliti di Toko Kopeah M Iming.
8. Kepada Bapak Eman yang sudah bersedia penulis wawancara.
9. Kepada sahabat kelompok bimbingan Adetia, Ajeng dan semuanya yang telah bersedia berdiskusi dan memberikan motivasi dalam penelitian ini.
10. Keluarga besar ayahanda dan Keluarga besar ibunda, penulis ucapkan beribu-ribu terima kasih.
11. Seluruh civitas Akademik yang telah memfasilitasi dalam proses studi Fakultas Dakwan dan Komunikasi.
12. Saudara dan sahabat dekat kami, Lu'ay, Luthfy dan Hagie, yang telah bersedia berdiskusi dan memberikan saran dalam penelitian ini. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan dan perlu penyempurnaan, sekalipun demikian penulis berharap mudah-mudahan bermanfaat bagi pengembangan khazanah pengetahuan, khususnya dalam Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat dan civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dan pembaca pada umumnya.

Bandung, 07 Agustus 2019

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

Penulis,

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
LEMBAR PERNYATAAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
RIWAYAT HIDUP .....	xv
MOTTO .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Kegunaan Penelitian .....	7
1.4.1. Kegunaan Teoritis .....	7
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	7
1.5. Landasan Pemikiran .....	8
1.6. Langkah-Langkah Penelitian .....	26
1.6.1. Lokasi Penelitian .....	26
1.6.2. Paradigma dan Pendekatan .....	27

1.6.3. Metode Penelitian.....	30
1.6.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	30
1.6.5. Teknik Penentuan Informan.....	32
1.6.6. Teknik Pengumpulan Data.....	33
1.6.7. Teknik Analisis Data.....	36
1.6.8. Rencana Jadwal Penelitian.....	38
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>40</b>
2.1. Seluk-beluk Marketing dan <i>Branding</i> .....	40
2.1.1. Marketing.....	40
2.1.2. <i>Branding</i> .....	48
2.2. Penelitian Relevan.....	53
2.4. Status, Posisi dan Sumbangan Penelitian.....	59
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
3.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	61
3.1.1. Sejarah Singkat Toko Kopeah M Iming.....	60
3.1.2. Profil M Iming.....	64
3.1.3. Merek M Iming.....	66
3.1.4. Pengembangan Usaha.....	67
3.1.5. Surat Izin Usaha.....	68
3.2. Profil Informan.....	69
3.3. Hasil Penelitian.....	70
3.3.1. Strategi Toko Kopeah M Iming dalam Mempertahankan <i>Brand Image</i> melalui Produk.....	70
3.3.2. Strategi Toko Kopeah M Iming dalam Mempertahankan <i>Brand Image</i> melalui Harga.....	77



3.3.3.Strategi Toko Kopeah M Iming dalam Mempertahankan Brand Image melalui Tempat.....	80
3.3.4.Strategi Toko Kopeah M Iming dalam Mempertahankan Brand Image melalui Promosi.....	84
3.4. Pembahasan.....	90
3.4.1.Strategi Toko Kopeah M Iming dalam Mempertahankan <i>Brand</i> <i>Image</i> melalui Produk.....	91
3.4.2. Strategi Toko Kopeah M Iming dalam Mempertahankan Brand Image melalui Harga .....	99
3.4.3.Strategi Toko Kopeah M Iming dalam Mempertahankan Brand Image melalui Tempat.....	104
3.4.4.Strategi Toko Kopeah M Iming dalam Mempertahankan Brand Image melalui Promosi.....	111
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	118
4.1. Simpulan .....	118
4.2. Saran .....	119
DAFTAR PUSTAKA .....	120
LAMPIRAN.....	122

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rencana Jadwal Penelitian.....	38
Tabel 2.1 Penelitian Relevan .....	56
Tabel 3.1 Profil Informan .....	68
Tabel 3.2 Penjelasan Hasil Temuan.....	117



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 M Iming.....	64
Gambar 3.2 Merek M Iming .....	66
Gambar 3.3 Hasil Penelitian melalui Produk.....	99
Gambar 3.4 Hasil Penelitian melalui Harga.....	104
Gambar 3.5 Hasil Penelitian melalui Tempat .....	110
Gambar 3.6 Hasil Penelitian melalui Promosi .....	116
Gambar 3.7 Hasil Penelitian .....	116



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keputusan
2. Surat Balasan Penelitian
3. Data Proses Bimbingan
4. Surat Izin Observasi/ Wawancara Kepada Toko peci M Iming
5. Pedoman Wawancara
6. Transkrip Wawancara
7. Foto Penelitian



## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Ade Dasa Lukmansyah yang dilahirkan di Bandung pada tanggal 19 Juni 1995, dari pasangan suami istri yaitu bapak A. Saedi dan ibu A. Ningrum. Penulis merupakan anak kedua dari tiga orang bersaudara. Penulis masih tinggal bersama kedua orang tuanya yang beralamat di Kp. Cicolotok RT 002/RW 001 Ds. Sukamulya Kec. Karangtengan Kab. Cianjur. Penulis telah menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Negeri Antapani 7 Bandung pada tahun 2008, kemudian penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 49 Bandung pada tahun 2011, serta menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) Pasundan 2 Cianjur pada tahun 2014. Sampai penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung dengan mengambil Jurusan Ilmu komunikasi Hubungan Masyarakat di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Penulis menyelesaikan program studi Strata I pada tahun akademik 2015-2019. Menyelesaikan penelitian yang berjudul “Strategi Marketing Toko Kopeah M Iming dalam Mempertahankan *Brand Image* (Analisis Deskriptif pada Toko Kopeah M Iming Bandung). Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Zaenal Mukarom, M.Si dan Ibu Dyah Rahmi Astuti, S.Sos., M.Si

**MOTTO**

*“Pengetahuan yang baik adalah yang memberi manfaat. Bukan yang hanya diingat.”*

- Imam al-Syafi'i

**Seberapa pun masalah, kesulitan yang dihadapi  
teruslah bergerak maju, jangan menyerah tetapi  
hadapi**

*“Keep Moving Forward”*

- Ade Dasa Lukmansyah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG