

ABSTRAK

PREFERENSI KOMUNIKASI PEMASARAN SOUTH SWEET YOGYAKARTA

Saat ini usaha di bidang kuliner sangat berkembang pesat. Salah satu makanan modern yaitu *waffle* yang masuk di Indonesia sebagai menu sarapan bangsa Inggris dan Belanda yang kemudian disukai oleh masyarakat Indonesia. Salah satu usaha di bidang kuliner yang menjual *waffle bubble ice cream* adalah South Sweet Yogyakarta. Usaha ini sudah berdiri sejak November 2021. South Sweet merupakan pelopor pertama *waffle bubble ice cream* di Kota Yogyakarta yang membuka usahanya di kawasan *street food*. Dalam menjalankan usahanya, South Sweet sudah melakukan berbagai macam kegiatan *integrated marketing communication* untuk memasarkan produk yang mereka jual. Namun hasil yang didapatkan belum maksimal sehingga berdampak pada omset yang didapatkan mengalami penurunan yang cukup signifikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap kegiatan IMC di South Sweet Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Jumlah sampel pada penelitian ini didapatkan dengan cara menggunakan rumus *lemeshow* dengan hasil 100 orang. Data tersebut diolah menggunakan SPSS. Jawaban dari hasil pengumpulan data melalui survey ini diolah dengan cara pembobotan lalu dicari rata-ratanya untuk mengetahui urutan preferensi konsumen South Sweet Yogyakarta dari kegiatan IMC yang dilakukan. Hasil yang diperoleh dari urutan preferensi adalah *publicity and public relations, direct marketing, advertising, sales promotion*. Hasil penelitian menunjukkan kegiatan IMC yang paling disukai oleh konsumen yaitu *publicity and public relation* yaitu dengan adanya penggunaan *platform* Instagram. Kegiatan yang paling kurang diminati oleh konsumen yaitu *sales promotion* berupa promo diskon.

Keyword: Preferensi, IMC, Waffle, Kuantitatif, Kuesioner

ABSTRACT

PREFERENCE INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION SOUTH SWEET YOGYAKARTA

Currently, business in the culinary field is growing rapidly. One of the modern foods, namely waffles, which entered Indonesia as a breakfast menu for the British and the Dutch, which was then liked by the people of Indonesia. One of the businesses in the culinary field that sells waffle bubble ice cream is South Sweet Yogyakarta. This business has been established since November 2021. South Sweet is the first pioneer of waffle bubble ice cream in the city of Yogyakarta which opened its business in the street food area. In running its business, South Sweet has carried out various integrated marketing communication activities to market the products they sell. However, the results obtained have not been maximized so that the impact on the turnover obtained has decreased significantly. The purpose of this study was to determine consumer preferences for IMC activities in South Sweet Yogyakarta. This study will use a quantitative descriptive method by distributing questionnaires as a data collection technique. The number of samples in this study was obtained by using the Lemeshow formula with a result of 100 people. The data will be processed using SPSS. The answers from the results of data collection through this survey will be processed by means of weighting and then the average is sought to find out the order of preference for South Sweet Yogyakarta consumers from the IMC activities carried out. The results obtained from the order of preference are publicity and public relations, direct marketing, advertising, sales promotion. The results showed that the most preferred IMC activities by consumers were publicity and public relations, namely the use of the Instagram platform. The activity that consumers are least interested in is sales promotion in the form of discount promotions.

Keyword: Preference, IMC, Waffle, Culinary, Quantitative, Questionnaire