

**PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* DI NANA
HERITAGE KITCHEN AND GALLERY BANDUNG**

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Diploma IV



Disusun Oleh:

RIFDAH SYIFA

NIM : 201923387

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN HOSPITALITI
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

2023

LEMBAR PENGESAHAN
JUDUL PROYEK AKHIR

PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* DI NANA
HERITAGE KITCHEN AND GALLERY BANDUNG

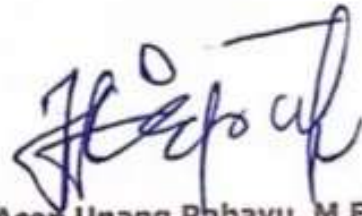
NAMA : Rifdah Syifa
NIM : 201923387
JURUSAN : Hospitaliti
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Perhotelan

Pembimbing Utama,



Dr. Lien Maulina, M.Pd. CHE.
NIP. 19601202 198203 2 001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Acep Unang Rahayu, M.Ed., CIOaR
NIP. 19641122 199203 1 001

Bandung, 11 Agustus 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* DI NANA HERITAGE
KITCHEN AND GALLERY BANDUNG

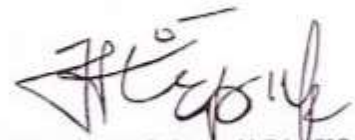
NAMA : RIFDAH SYIFA
NIM : 201923387
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN PERHOTELAN

Pembimbing Utama,



Dr. Lien Maulina, M.Pd. CHE.
NIP. 19601202 198203 2 001

Pembimbing Pendamping,



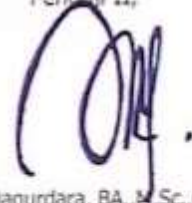
Dr. Acep Unang Rahayu, M.Ed., CIQaR
NIP. 19641122 199203 1 001

Penguji I,



Dr. R. Fajar Kurnadi Kusumah Putra, M.Sc., CHIA., CHE.
NIP. 198504252 01101 1 005

Penguji II,



Dr. Ananta Budhi Danurdara, BA., M.Sc., CPM (Asia)
NIP. 197506112 00212 1 001

Bandung, 11 Agustus 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.
19710316 199603 2 001

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., CHE.
NIP. 19710506 199803 1 001

MOTTO

“Seeking Serenity in Simplicity.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Untuk Allah S.W.T, Kedua Orang Tua Saya, Diri Saya, dan Sahabat-Sahabat Saya Yang Selalu Ada.”

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : RIFDAH SYIFA
Tempat/Tanggal Lahir : BANDUNG, 08 MEI 2001
NIM : 201923387
Program Studi : PENGELOLAAN PERHOTELAN
Jurusan : HOSPITALITI
Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. ~~Tugas Akhir/Proyek Akhir~~ yang berjudul PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS DI NANA HERITAGE KITCHEN AND GALLERY BANDUNG ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 11 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,


A 10000 stamp with the Garuda emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and '775E9AKX438836571' is placed over the signature.

Rifdah Syifa

ABSTRAK

Bauran Promosi memainkan peran yang sangat penting dalam membangun *brand awareness* di industri restoran. Dalam lingkungan yang kompetitif, restoran perlu menggunakan pendekatan kreatif dan efektif untuk menarik perhatian pelanggan potensial dan memperkuat citra merek mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya yang dilakukan Nana Heritage Kitchen and Gallery dalam membangun *brand awareness* melalui bauran promosi dan melibatkan 6 informan yaitu 1 *owner* dan 5 konsumen. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nana Heritage Kitchen and Gallery baru mencapai tingkat *brand recognition* dalam tingkat kesadaran merek di benak konsumen. Bauran promosi dianggap sangat penting dalam membangun kesadaran merek Nana Heritage Kitchen and Gallery di Bandung, sebaiknya bauran promosi yang dilakukan terus ditingkatkan dan dikembangkan lagi agar merek Nana Heritage Kitchen and Gallery selalu dikenal oleh masyarakat.

Kata Kunci : AISAS, *Brand Awareness*, Promosi.

ABSTRACT

The promotion mix plays a very important role in building brand awareness in the restaurant industry. In a competitive environment, restaurants need to use creative and effective approaches to attract the attention of potential customers and strengthen their brand image. This study aims to determine the efforts made by Nana Heritage Kitchen and Gallery in building brand awareness through promotional mix and involved 6 informants, they are 1 owner and 5 consumers. This study uses a qualitative approach research method. The results of the study show that Nana Heritage Kitchen and Gallery has just reached the level of brand recognition in the level of brand awareness in the minds of consumers. The promotion mix is considered very important in building awareness of the Nana Heritage Kitchen and Gallery brand in Bandung. The promotion mix should be continuously improved and developed so that the Nana Heritage Kitchen and Gallery brand will always be known by the public.

Keywords : *AISAS, Brand Awareness, Promotion.*

KATA PENGANTAR

Segala puji peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT karena Rahmat dan petunjuk-Nya yang melimpah untuk menyelesaikan Proyek Akhir yang berjudul **“PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* DI NANA HERITAGE KITCHEN AND GALLERY BANDUNG”**. Proyek Akhir ini dilaksanakan untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Diploma IV Pengelolaan Perhotelan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian Proyek Akhir ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan berbagai pihak. Maka dari itu, di kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par., CHE. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Pudin Saepudin, S.ST.Par., MP.Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Ita Maemunah, S.ST.Par., MM.Par., CHE. selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan.

5. Ibu Dr. Lien Maulina, M.Pd., CHE. Selaku Dosen Pembimbing Utama peneliti yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dalam penyusunan Proyek Akhir ini.
6. Bapak Dr. Acep Unang Rahayu, M.Ed.,CIQaR. Selaku Dosen Pembimbing Pendamping peneliti yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dalam penyusunan Proyek Akhir ini.
7. Bapak Drs. Jatmiko Edy Waluyo, MM.Par.,CIQaR. Selaku Pembimbing Akademik peneliti selama masa perkuliahan yang telah memberikan bimbingan dan arahan.
8. Seluruh dosen Politeknik Pariwisata NHI Bandung terutama pada Program Studi Pengelolaan Perhotelan yang telah memberikan ilmu, arahan serta dukungan bagi peneliti.
9. Ibu Rani Dian Bestari selaku *Owner* di Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung yang telah memberikan izinnya untuk melakukan penelitian ini.
10. Ibu Della selaku *Marketing Communication* di Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung yang telah memberikan informasi kepada peneliti.
11. Kedua orang tua dan keluarga peneliti yang selalu memberikan dukungan penuh serta doa terbaik bagi peneliti selama ini.
12. Seluruh rekan pada Program Studi Pengelolaan Perhotelan angkatan 2019 dan terkhusus HOALAH (Kelas PPH 8B 2019) yang telah berjuang bersama-sama selama 4 tahun masa perkuliahan.

Tentu saja dalam pengerjaan Proyek Akhir ini masih terdapat kekurangan dan peneliti menyadari sepenuhnya akan keadaan tersebut. Keterbatasan pengalaman peneliti adalah salah satu faktor yang menyebabkan kekurangan tersebut. Peneliti sangat terbuka terhadap kritik serta saran yang membangun agar Proyek Akhir ini dapat ditingkatkan.

Peneliti berharap hasil dari Proyek Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, terutama industri pariwisata dan perhotelan, serta memberikan kontribusi bagi Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung.

Bandung, Juni 2023

Rifdah Syifa

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Pengertian Strategi.....	9
2. Pengertian Promosi.....	10
3. Tujuan Kegiatan Promosi.....	11
4. Tahap-Tahap Mengembangkan Promosi.....	13
5. Bauran Promosi.....	15
6. Brand (Merek).....	20
7. Restoran.....	27
8. Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung.....	29
9. Model AISAS.....	30
10. Hubungan Bauran Promosi dan <i>Brand Awareness</i>	32
B. Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Rancangan Penelitian.....	34
B. Partisipan dan Tempat Penelitian.....	36
1. Partisipan.....	36
2. Tempat Penelitian.....	38
C. Teknik Pengumpulan Data.....	39
D. Teknik Analisis Data.....	54
E. Pengujian Keabsahan Data.....	55

F. Jadwal Penelitian	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	68
A. Kesimpulan	68
B. Rekomendasi.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Tingkat <i>Brand Awareness</i>	24
2 Kerangka Pemikiran.....	33
3 Logo Nana Heritage Kitchen And Gallery	38
4 Struktur Organisasi Nana Heritage Kitchen And Gallery.....	39
5 Pra-Survey Evaluasi <i>Brand Awareness</i> Nana Heritage Kitchen And Gallery	54

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Data Pengunjung Nana Heritage Kitchen And Gallery 2021-2022	4
2 Data Pengunjung Nana Heritage Kitchen And Gallery 2022	5
3 Data Pengunjung Nana Heritage Kitchen And Gallery 2023	5
4 Reduksi Data Wawancara <i>Owner</i>	40
5 Reduksi Data Wawancara Konsumen.....	43
6 <i>Revenue</i> Penjualan Dan Sistem Operasional Tahun 2019-2023	53
7 Jadwal Penelitian	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- 1 Pedoman Wawancara
- 2 Hasil Wawancara
- 3 Surat Pernyataan Wawancara
- 4 Surat Keterangan Izin Penelitian
- 5 Surat Telah Melakukan Penelitian
- 6 Dokumentasi Informan
- 7 Daftar Riwayat Hidup
- 8 Hasil Turnitin

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, R. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Hotel Whiz Prime Hasanuddin Di Kota Makassar. *Manajemen Fakultas Ekonomi UNM*.
- Ardianto, E. (2016). Teori dan Metodologi Penelitian “ Public Relations .” *E-Journal Unisba*, 231–241.
- David, F. R. (2019). *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* (15th ed.). Salemba Empat.
- Hendriyani, P., Syahlan, & Kuraesin, E. (2019). Pengaruh Promotion Mix Dan Product Mix Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 21–28.
- Islamiah, F., Harmayanto, & Jayanti, R. D. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Teh Pucuk Harum Pada Toko Dhea Sembako Di Tanah Grogot. *Gajah Putih Journal Of Economics Review*, 1(1), 1–8.
- Karunia, M. (2017). *AISAS Model Dalam Komunikasi Pemasaran*.
- Khusna, G. K., & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin’Donuts Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(1), 27–36.
- Kodrat, D. S. (2020). *Manajemen Merek dan Strategi E-Commerce*. KENCANA.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson*. Pearson Education.

- Motoh, F. G., Laloma, A., & Londa, V. Y. (2021). Pengembangan pariwisata di kota tomohon. *Jurnal Administrasi Publik, Vol.7 No.9*, 49–57.
- Nifati, N. H., & Purwidiani, N. (2017). Hubungan kualitas pelayanan, produk, dan harga dengan tingkat kepuasan konsumen di restaurant terakota café verwood hotel and serviced residence surabaya. *Universitas Negeri Surabaya*, 1–8.
- Pelengkahu, R. M., Tumbuan, W. J. F. ., & Roring, F. (2023). Pengaruh Promosi, Physical Evidence, Harga Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Manado. *Universitas Sam Ratulangi Manado, 11(1)*, 786–797.
- Purwiyanto, D., & Purwanto, F. X. A. (2020). Brand Awareness Sebagai Variabel Pemediasi Pengaruh Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Kasus Mahasiswa Diploma Pelayaran Pada Pembelian Tiket Online di PT PELNI). *JLABI, 4(2)*, 177–197.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Hamdayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing* (1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Riani, N. K. (2021). Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. *Jurnal Inovasi Penelitian, 2(5)*.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT.

Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6, 1–6.

Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. K., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). Brand Marketing: The Art Of Branding. In A. Sudirman (Ed.), *CV. Media Sains Indonesia* (Issue January). CV. Media Sains Indonesia.

Sugiyanto. (2020). Manajemen Pengelolaan Warung Makan Di Wisata Waduk Gajah Mungkur Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Desa Sendang Kecamatan Wonogiri Kabupaten Wonogiri. *Lisyabab Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 1(c).

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). CV Alfabeta.

Tangian, D. (2016). *Modul Tahapan Pelayanan Di Restoran*. Ristekdikti.

Taufan, H. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta*, 17(4), 95–105.

Ummul, K. (2021). Online Shop Mahasiswa Di STKIP PGRI Bangkalan. *STKIP PGRI Bangkalan*, 2015.

Wahyuni. (2019). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volumen Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa*.

Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O. H., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Diskon Harga

, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado). *Universitas Sam Ratulangi Manado*, 10(4), 511–521.

Widyastuti, S. (2018). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Mochamad W). FEB-UP Press.

Yulika, L., Efendi, R., & Yulia. (2022). Analisis Penerapan Sistem Pembayaran Honor Untuk Pegawai yang Melakukan Kegiatan Pada Pusat Pengembangan Bahasa (P2B) UIN SUSKA RIAU. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 1(2), 94–104.