

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENDORONG DAYA
TARIK PELANGGAN DI WARCAF TITIK SINGGAH, MEKARMUKTI,
CIKARANG UTARA**

***ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES TO ENHANCE CUSTOMER
ATTRACTION AT WARCAF TITIK SINGGAH, MEKARMUKTI,
NORTH CIKARANG***

Oleh:
Feninarda Jeliman
NIM 61201022009203

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2026**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENDORONG DAYA TARIK PELANGGAN DI WARCAF
TITIK SINGGAH MEKARMUKTI
CIKARANG UTARA**

**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES TO ENHANCE CUSTOMER
ATTRACTION AT WARCAF TITIK SINGGAH, MEKARMUKTI,
NORTH
CIKARANG**

Oleh
Feninarda Jeliman
NIM 61201022009203

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok
Tanggal : 10 Juli 2026

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan Manajemen

Ina Sawitri, S.Si, MM
NUPTK: 8353745646230073

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NUPTK: 7048743644130093

Mengetahui,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S
NIDN: 2017065701

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENDORONG DAYA TARIK PELANGGAN DI WARCAF
TITIK SINGGAH MEKARMUKTI
CIKARANG UTARA**

**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES TO ENHANCE
CUSTOMER ATTRACTION AT WARCAF TITIK SINGGAH,
MEKARMUKTI, NORTH
CIKARANG**

Oleh :
Feninarda Jeliman
NIM 61201022009203

SKRIPSI

Telah diujikan pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 10 Juli 2026

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Ricky Rizkie, SE, MM
NUPTK: 5941754655130102

Bambang Suntoro, SE, MM
NUPTK: 3347749650130113

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NUPTK: 7048743644130093

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Feninarda Jeliman

Nim : 61201022009203

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Mendorong Daya Tarik Pelanggan di Warcaf Titik Singgah, Mekarmukti, Cikarang Utara.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil Penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 10 Juli 2026

Feninarda Jeliman
61201022009203

PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN (AI)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Feninarda Jeliman

Nim : 61201022009203

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Mendorong Daya Tarik Pelanggan di Warcaf Titik Singgah, Mekarmukti, Cikarang Utara.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Dalam penulisan hasil karya ilmiah saya, saya dibantu dengan menggunakan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence / AI).
2. Aplikasi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence / AI) yang saya gunakan adalah: ChatGPT
3. Dalam penulisan karya ilmiah ini, saya TIDAK menerapkan SALIN-TEMPEL (copy paste) hasil Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence / AI) kedalam tulisan saya.
4. Seluruh isi, analisa, argumen, data dan kesimpulan yang terdapat dalam karya ilmiah saya, merupakan hasil pemahaman, kajian, dan tanggung jawab penulis secara penuh. Tidak ada bagian dari penulisan ini yang dihasilkan sepenuhnya oleh Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence / AI) tanpa pengawasan, pemrosesan, atau evaluasi ulang oleh penulis.
5. Apabila dikemudian hari, terdapat pelanggaran terhadap prinsip etika akademik, termasuk penggunaan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence / AI) secara tidak tepat yang merupakan bentuk ketidakjujuran ilmiah, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 10 Juli 2026

Feninarda Jeliman
61201022009203

Nama Lengkap : Feninarda Jeliman

Nim : 61201022009203

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Mendorong Daya Tarik Pelanggan di Warcaf Titik Singgah, Mekarmukti, Cikarang Utara.

ABSTRAK

Daya Tarik Pelanggan di Warcaf Titik Singgah, Mekarmukti, Cikarang Utara Perkembangan usaha kuliner di kawasan industri Mekarmukti, Cikarang Utara, yang semakin kompetitif menuntut pelaku usaha kecil seperti Warcaf Titik Singgah untuk merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini bertujuan mengkaji penerapan bauran pemasaran 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) serta menganalisis kontribusinya terhadap daya tarik pelanggan.

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi terhadap sepuluh informan. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana dikombinasikan dengan analisis SWOT.

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa penerapan bauran pemasaran 7P berkontribusi signifikan terhadap daya tarik pelanggan. People (keramahan karyawan) dan Price (keterjangkauan harga) menjadi unsur paling dominan, sementara Promotion (digital) merupakan unsur yang paling membutuhkan perbaikan. Transaksi meningkat dari 340 (Januari 2023) menjadi 425 (Desember 2023).

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran 7P, Daya Tarik Pelanggan, Warcaf, UMKM Kuliner, Kawasan Industri.

Nama Lengkap : Feninarda Jeliman

Nim : 61201022009203

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Mendorong Daya Tarik Pelanggan di Warcaf Titik Singgah, Mekarmukti, Cikarang Utara.

ABSTRACT

The rapid growth of the culinary business in the industrial area of Mekarmukti, North Cikarang has intensified competition and demands SMEs such as Warcaf Titik Singgah to implement appropriate marketing strategies. This study examines the 7P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) and analyzes its contribution to customer attraction. A qualitative case study approach was adopted. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation from ten informants. Data were analyzed using the Miles, Huberman, and Saldana interactive model combined with SWOT analysis.

Findings reveal that all 7P elements contribute positively to customer attraction. People and Price elements were identified as the most dominant drivers, while Promotion (especially digital channels) requires the most urgent improvement. Transactions grew from 340 in January to 425 in December 2023.

Keywords: Marketing Strategy, 7P Marketing Mix, Customer Attraction, Warung Cafe, Culinary SMEs, Industrial Area.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Mendorong Daya Tarik Pelanggan di Warcaf Titik Singgah Mekarmukti, Cikarang Utara. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok.

Dalam proses penulisan, penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Milky Rifai S.E, selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Henky Hendrawan, Drs, MM, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE GICI yang telah berusaha untuk membimbing dan memajukan prodi ini.
3. Ibu Ina Sawitri, S.Si, MM selaku Dosen Pembimbing yang sudah membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen STIE GICI Program Studi Manajemen yang telah berdedikasi mengajar penulis.
5. Staff dan karyawan STIE GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
6. Ibu Erin selaku pemilik Warcaf yang telah memberikan izin, kesempatan, dan bantuan yang luar biasa kepada peneliti.
7. Seluruh karyawan Warcaf Titik Singgah yang telah membantu selama proses pengumpulan data.
8. Papa Fransiskus Adas dan Mama Yuliana Lini tercinta atas semua doa dan dukungannya.
9. Keluarga besar yang telah memberi dukungan kepada penulis.
10. Kakak saya Adrianus Jelimat yang telah memberikan doa dan dukungan.

Skripsi ini mengkaji penerapan bauran pemasaran 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence) sebagai strategi pemasaran di Warcaf Titik Singgah, serta bagaimana penerapan ketujuh unsur tersebut berkontribusi dalam mendorong daya tarik pelanggan di kawasan industri Mekarmukti, Cikarang Utara. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran ilmiah yang bermanfaat tidak hanya bagi pengelola Warcaf Titik

Singgah, tetapi juga bagi pelaku usaha kuliner lainnya yang beroperasi di kawasan industri dengan karakteristik serupa.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidaklah mudah dan membutuhkan waktu, tenaga, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan doa selama proses penyelesaian skripsi ini. Bantuan dan bimbingan yang diberikan sangatlah berarti bagi penulis dalam menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Semoga setiap kebaikan yang diberikan dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa dengan pahala yang berlipat ganda.

Penyusunan skripsi ini merupakan proses yang penuh dinamika dan pembelajaran. Sejak awal pengajuan judul hingga pelaksanaan penelitian di lapangan dan penyusunan laporan akhir, penulis telah melewati berbagai tantangan yang justru semakin memperkaya wawasan dan kemampuan analitis penulis. Proses wawancara mendalam dengan pemilik, karyawan, dan pelanggan Warcaf Titik Singgah memberikan pengalaman yang sangat berharga dalam memahami dinamika nyata pengelolaan usaha kuliner di kawasan industri, yang tentu saja tidak dapat diperoleh hanya dari membaca literatur akademik semata.

Penelitian ini juga menjadi sarana refleksi bagi penulis untuk memahami betapa pentingnya strategi pemasaran yang terencana dan terintegrasi bagi keberlangsungan usaha kecil dan menengah di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Melalui kajian terhadap bauran pemasaran 7P di Warcaf Titik Singgah, penulis menyadari bahwa keberhasilan sebuah usaha kuliner tidak semata-mata ditentukan oleh kualitas produk atau harga yang ditawarkan, melainkan juga oleh bagaimana pemilik dan karyawan melayani pelanggan dengan sepenuh hati, bagaimana proses pelayanan dirancang agar efisien namun tetap hangat, serta bagaimana lingkungan fisik tempat usaha diciptakan agar pelanggan merasa nyaman dan ingin kembali lagi.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang berarti, baik secara akademis sebagai referensi penelitian di bidang manajemen pemasaran UMKM kuliner, maupun secara praktis sebagai masukan yang konstruktif bagi Ibu Erin selaku pemilik Warcaf Titik Singgah dalam mengembangkan usahanya ke depan. Secara khusus, penulis berharap rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini — terutama terkait optimalisasi promosi digital melalui media sosial dan platform pesan-antar, penambahan tenaga kerja pada jam puncak, serta penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan — dapat segera diimplementasikan sehingga Warcaf Titik Singgah mampu tumbuh lebih pesat dan menjangkau lebih banyak pelanggan di kawasan industri Mekarmukti dan sekitarnya.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh informan penelitian — pemilik, karyawan, dan pelanggan setia Warcaf Titik Singgah — atas keterbukaan, kesediaan waktu, dan kejujuran dalam menjawab setiap pertanyaan yang diajukan penulis. Tanpa partisipasi aktif dari seluruh informan, penelitian kualitatif ini tidak akan dapat menghasilkan temuan yang mendalam dan bermakna. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

Penulis berharap bahwa hubungan baik yang telah terjalin selama proses penelitian ini dapat terus berlanjut dan saling bermanfaat di masa mendatang. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amin.

Depok, 10 Juli 2026
Penulis,

Feninarda Jeliman
61201022009203

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGUJIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERNYATAAN PENGGUNAAN AI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup / Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.5.1 Maksud Penelitian.....	8
1.5.2 Tujuan Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Teori Pemasaran.....	10
2.1.2 Teori Daya Tarik Pelanggan	11
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen	12
2.1.4 Teori Kualitas Layanan (Service Quality).....	13
2.1.5 Teori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	15
2.1.6 Konsep Daya Saing dan Keunggulan Kompetitif UMKM	15
2.2 Strategi Pemasaran Bauran 7P	16
2.3 Hubungan Bauran Pemasaran 7P terhadap Daya Tarik Pelanggan	18
2.4 Penelitian Terdahulu	19
2.5 Kerangka Berpikir	19
2.6 Kerangka Konseptual	19
2.7 Proposisi Penelitian	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	21

3.2 Jenis Penelitian.....	22
3.3 Sumber Data.....	22
3.4 Sampel	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6 Teknik Analisis Data.....	28
3.7 Definisi Operasional Variabel	28
3.8 Instrumen Penelitian.....	28
3.9 Prosedur Penelitian.....	28
3.10 Etika Penelitian	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.2 Hasil Penelitian	33
4.3 Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman	48
4.4 Pembahasan	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Implikasi Penelitian.....	65
5.3 Keterbatasan Penelitian	65
5.4 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Menu dan Harga Warcaf Titik Singgah Tahun 2023	2
Tabel 1.2	Data Omset dan Pendapatan Warcaf Titik Singgah Januari- Desember 2023	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1	Jadwal Pelaksanaan Penelitian Tahun 2026	21
Tabel 3.2	Rincian Sampel Informan Penelitian di Warcaf Titik Singgah	24
Tabel 3.3	Matriks Analisis SWOT Warcaf Titik Singgah	26
Tabel 3.4	Definisi Operasional Variabel Bauran Pemasaran 7P.....	27
Tabel 4.2	Kondensasi Data Hasil Penelitian	35
Tabel 4.3	Matriks Penyajian Data: Keterkaitan Bauran Pemasaran 7P dan Daya Tarik Pelanggan	39
Tabel 4.4	Matriks Analisis SWOT Warcaf Titik Singgah (Konfirmasi Temuan Penelitian)	42
Tabel L.1	Rekapitulasi Pertanyaan dan Jawaban Wawancara untuk Pemilik/Pengelola (P1).....	46
Tabel L.2	Rekapitulasi Pertanyaan dan Jawaban Wawancara untuk Karyawan (K1 dan K2)	49
Tabel L.3	Rekapitulasi Pertanyaan dan Jawaban Wawancara untuk Pelanggan (PL1-PL4, PB1-PB3)	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	19
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Warcaf Titik Singgah.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian	72
Lampiran 2 Transkrip/Rekapitulasi Pertanyaan dan Hasil Wawancara	77
Lampiran 3 Dokumentasi Warcaf Titik Singgah	78
Lampiran 4 Hasil Dokumentasi Ruangan Warcaf Titik Singgah.....	86
Lampiran 5 Kartu Bimbingan.....	87
Lampiran 6 Hasil Turnitin	88

