



UNIVERSITAS NASIONAL

**PROMOSI PRODUK “CHEDDAR CHEESE WAFFLE” PADA BROWNFOX
WAFFLE AND COFFEE DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Cynthia Selviera
NPM.193516516185**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**PROMOTION OF “CHEDDAR CHEESE WAFFLE” ON BROWNFOX
WAFFLE AND COFFEE IN MAINTAINING CUSTOMER LOYALTY**

THESIS

Submitted in partial fulfillment of requirement for
The Bachelor of Communication (S. I.kom)

Cynthia Selviera
NPM. 193516516185

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Cynthia Selviera
NPM : 193516516185
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Promosi Produk "Cheddar Cheese Waffle" Pada Brownfox Waffle and Coffee Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Safrizal Rambe, M.Si.
Penguji I : Dr. Nurhasanah Haspiani, M.Si.
Penguji II : Swasthiningsih, S.E., M.Si.

Oris
(P)
(W)

Ditetapkan
Tanggal : 3 Maret 2024

UNIVERSITAS NASIONAL



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Cynthia Selviera
NPM : 193516516185
Skripsi : Promosi Produk "Cheddar Cheese Waffle" Pada Brownfox Waffle and Coffee Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penerapan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 3 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



Cynthia Selviera

UNIVERSITAS NASIONAL



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cynthia Selwiera
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516185
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relation
Judul Skripsi : Promosi Produk "Cheddar Cheese Waffle" Pada Brownfox Waffle and Coffee Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 29 Februari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 1 Maret 2024

Ketua Sidang : Dr. Safrizal Rambe, M.Si.

Penguji I : Dr. Nurhasanah Haspiari, M.Si.

Penguji II : Swastiningsih, S.E., M.Si.

UNIVERSITAS NASIONAL

Keterangan:

**) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FINSIP, apabila Skripsinya telah ditetapi dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dipotong.*

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Cynthia Selvera
NPM : 193516516185
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tanggal Sidang : 29 Februari 2024

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

PROMOSI PRODUK "CHEDDAR CHEESE WAFFLE" PADA BROWNFOX WAFFLE AND COFFEE DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

JUDUL DALAM BAHASA INGGRES

PROMOTION OF "CHEDDAR CHEESE WAFFLE" ON BROWNFOX WAFFLE AND COFFEE IN MAINTAINING CUSTOMER LOYALTY

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 4 / 3 / 2024	TGL : 4 / 3 / 2024	TGL : 4 / 3 / 2024
 Swastingsih, S.E., M.Si	 Djajur Luciani R.S.Sos., M.S.	 Cynthia



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA


BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 20...../20.....

Nama Mahasiswa : Cynthia Selviera
No. Pokok : 193516516185
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Tempat Tgl. Lahir : Jakarta, 4 September 2001
Alamat Rumah : JL Ketapang Rt04/10 No 29 Jatipadang Ps
minggu Jakarta Selatan

Telepon Rumah : -
Telepon Kantor : -
HP : 09522122141
Alamat Kantor : -
E-mail : cynthiaselviera04@gmail.com

Jakarta, 1 Maret 2024

Alumni,


Cynthia Selviera

UNIVERSITAS NASIONAL

ABSTRAK

Nama : Cynthia Selviera

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Promosi Produk “Cheddar Cheese Waffle” Pada Brownfox Waffle and Coffee Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Pembimbing : Swastiningsih, S.E, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi yang dilakukan oleh Brownfox Waffle dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya. Konsep yang digunakan oleh penelitian ini yaitu Philip Kotler *Integrated Marketing Communication 7P* yaitu **Produk, Price, Promotion, Place, Participant, Process, Physical Evidence**. dan promosi Haper Boyd. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif pendekatan deskriptif. Hasil pada penelitian ini yaitu pada **product** pelanggan memiliki kepercayaan dengan produk waffle dengan rasa yang konsisten. **Price** pada Brownfox juga memudahkan pelanggan dalam metode pembayaran, kemudian harga dari produk Brownfox juga terjangkau. **Promotion** Brownfox menggunakan promosi fisik yaitu kerjasama dengan brand, promosi tradisional Brownfox melakukan komunikasi secara langsung dan menggunakan media cetak seperti pamflet dan banner, kemudian Brownfox juga menggunakan promosi media digital yang dimana Brownfox menggunakan media sosial instagram. **Place** pada Brownfox terletak pada kawasan perumahan dan sekolah yang dimana Brownfox dapat dijadikan tempat untuk bekerja, mengerjakan tugas, atau hanya sekedar berkumpul. **Participant** dari Brownfox yaitu dimana Brownfox memiliki kerjasama stakeholder lainnya untuk bahan baku, dan pelanggan yang datang seperti anak-anak sekolah, mahasiswa, para pekerja, dan lain-lain. **Process** pembuatan minuman di Brownfox dibutuhkan waktu yang singkat, dan barista juga membangun interaksi kepada pelanggan. **Physical Evidence** yaitu dimana Brownfox membangun suasana nyaman dalam ruang interaksi dengan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh Brownfox telah memenuhi konsep dari *IMC* oleh Philip Khotler dan Harper Boyd. Disarankan oleh peneliti agar Brownfox terus meningkatkan kegiatan promosinya sehingga dapat lebih berkembang.

Kata Kunci: Promosi, *Integrated Marketing Communication*, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Name : Cynthia Selviera

Study Program : Communication Science

Title : Promotion of “Cheddar Cheese Waffle” Product On Brownfox Waffle and Coffee in Maintaining Customer Loyalty

Thesis Advisor : Swastiningsih, S.E, M.Si

This research aims to determine the promotions carried out by BrownfoxWaffle to maintain customer loyalty. The concept used by this research is Philip Kotler Integrated Marketing Communication 7Ps namely Product, Price, Promotion, Place, Participant, Process, Physical Evidence. and Haper Boyd promotions. The method used in this research is a qualitative descriptive approach. The results of this research are that customers have confidence in waffle products with a consistent taste. Prices on Brownfox also make it easier for customers to use payment methods, so the prices of Brownfox products are also affordable. Promotion Brownfox uses physical promotion, namely collaboration with brands, traditional promotion Brownfox communicates directly and uses print media such as pamphlets and banners, then Brownfox also uses digital media promotion where Brownfox uses Instagram social media. The place at Brownfox is located in a residential and school area where Brownfox can be used as a place to work, do assignments, or just hang out. Participants from Brownfox are where Brownfox collaborates with other stakeholders for raw materials, and customers who come such as school children, students, workers, and others. The process of making drinks at Brownfox takes a short time, and the baristas also build interaction with customers. Physical Evidence is where Brownfox builds a comfortable atmosphere in the interaction space with customers. It can be concluded that the promotion carried out by Brownfox has fulfilled the concept of IMC by Philip Khotler and Harper Boyd. It is recommended by researchers that Brownfox continue to increase its promotional activities so that it can develop further

Key Word:

Promotion, Integrated Marketing Communication, Loyalty Customer

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan hidayah - Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Pada kesempatan ini, penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan hingga pada proses penyusunan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, izinkan penulis untuk menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat atau telah memberikan dukungan, baik secara moril maupun materil sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan, khususnya bagi:

1. Dr. Drs. El Amry Bermari Putera, M.Si selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si. selaku Wakil Dekan 1 FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya
4. Bapak Angga Sulaiman, S.I.P., M.Si., selaku Wakil Dekan II FISIP Bidang Kemahasiswaan Universitas Nasional
5. Ibu Djujur Luciana Radjagukguk selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
6. Nursatyo, M.Si selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
7. Th Bambang Pamungkas, S.Sos.,M.I.Kom selaku dosen pembimbing akademik yang telah berkenan memberikan bimbingan, arahan kepada penulis.

8. Swastiningsih, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, maupun pikiran untuk memberikan masukan dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini ditengah kesibukan beliau selama melakukan proses bimbingan. Tanpa adanya beliau serta ilmu pengetahuan dan semangat beliau, penulis tidak yakin dapat menyelesaikan dengan baik
9. Segenap dosen program studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman, dan praktik mengenai dunia komunikasi.
10. Kepada keluarga tercinta, kedua orang tua penulis, Bapak Rudy Andry Lengkong dan Ibu Haryati yang selalu menjadi pendukung utama penulis baik secara material maupun moral sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan proposal skripsi ini, serta Kakak Tania Henrietta yang telah memberikan dukungan, semangat dan mendoakan penulis sejak awal perkuliahan. ua orang tua penulis,, yang telah memberikan dukungan.
11. Maulana Hasan, sangat berterima kasih dan bersyukur sekali karena sudah menjadi sosok yang bisa dijadikan seperti rumah selama ini. Selalu sabar menemani dan mendengarkan keluh kesah serta memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran dan materi kepada penulis selama pengerjaan skripsi.
12. Sahabat penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih selalu memberikan dukungan, masukan selama pengerjaan skripsi ini.

Sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan untuk membalas segala kebaikan pihak yang membutuhkan

khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional dan masyarakat.

Jakarta, 28 Januari 2024



Cynthia Selviera

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL	v
BIODATA ALUMNI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	14
DAFTAR GAMBAR.....	15
DAFTAR LAMPIRAN.....	16
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Kepustakaan	17
2.2.1 Coffeeshop	17
2.2.2 Integrated Marketing Communication (IMC)	18
2.2.3 Promosi	22
2.2.4 Tujuan Promosi	23
2.2.5 Fungsi Promosi	24
2.2.6 Loyalitas Pelanggan	26

	2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III	METODE PENELITIAN	33
	3.1 Jenis Penelitian	33
	3.2 Penentuan Informan	33
	3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
	3.4 Teknik Analisis Data	35
	3.5 Teknik Keabsahan Data	36
	3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
	4.1 Gambaran Umum Perusahaan	38
	4.1.1 Sejarah Brownfox Waffle and Coffee	38
	4.1.2 Logo	41
	4.1.3 Visi dan Misi	42
	4.1.4 Struktur Organisasi.....	43
	4.2 Profile Informan	44
	4.3 Penyajian Data Hasil Penelitian Promosi Waffle Pada Brownfox Waffle and Coffee.....	44
	4.4 Pembahasan	60
	4.4.1 Promotion	64
	4.4.2 Participant	74
	4.4.3 Process	75
	4.4.4 Physical Evidence	77
BAB V	PENUTUP	81
	5.1 Kesimpulan	81
	5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Coffe Shop yang Menyediakan Waffle	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Profile Key Informan	34
Tabel 3.2 Profile Informan	34
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengunjung	6
Gambar 1. 2 Data Penjualan 3 Produk Best Seller di Brownfox	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Area Indoor	40
Gambar 4.2 Area Outdoor	40
Gambar 4.3 Open Bar dan Kitchen	41
Gambar 4.4 Logo Brownfox	41
Gambar 4.5 Struktur Organisasi	43
Gambar 4.6 Produk Cheddar Cheese Waffle	62
Gambar 4.7 Menu Brownfox	64
Gambar 4.8 Iklan Coffee Vlogger	65
Gambar 4.9 Iklan Coffee Vlogger	66
Gambar 4.10 Promo Jangka Panjang	67
Gambar 4.11 Promosi Media Cetak	69
Gambar 4.12 Promo Melalui Media Sosial	71
Gambar 4. 13 Promo Brownfox dari Barista	73
Gambar 4.14 Suasana Indoor	74
Gambar 4.15 Informan bersama teman-temannya	76
Gambar 4.16 Pelayanan Brownfox Waffle and Coffee	77
Gambar 4.17 Open Bar dan Kitchen	78
Gambar 4.18 Data Penjualan 3 Produk Best Seller	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Catatan Lapangan (Field Notes)	85
Lampiran 2 Surat Tugas dan Ketersediaan Pembimbing	86
Lampiran 3 Konsultasi Pembimbing	87
Lampiran 4 Cek Plagiasi.....	89
Lampiran 5 Dokumentasi	90
Lampiran 6 Draft Pertanyaan	93
Lampiran 7 Transkrip Wawancara	99
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup	139

