



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PELAKSANAAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* STARBUCKS  
MATRAMAN, DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN  
MELALUI INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

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

**Wengga Putrie Bunga Mega Sari**

**NPM.183112351640582**

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

**2022**



**NATIONAL UNIVERSITY**

**IMPLEMENTATION OF *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
STARBUCKS MATRAMAN, IN BUILDING CUSTOMER  
LOYALTY THROUGH INSTAGRAM**

**THESIS**

**Submitted as one the requirements for obtaining a Bachelor of  
Communication Science (S.Ikom)**

**Wengga Putrie Bunga Mega Sari**

**NPM.183112351640582**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

**2022**



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Wengga Putrie Bunga Mega Sari  
Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351640582  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relations  
Judul Skripsi : Pelaksanaan *Customer Rekatationship Management Starbucks Matraman*,  
Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Instagram  
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata satu (S1) pada fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diajukan  
Jakarta, 02 September 2022

Dosen Pembimbing

Drs. Hadi Surantio, M.Si

Dekan



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**FORMULIR 4**  
**PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Wengga Putrie Bunga Mega Sari  
NPM : 183112351640582  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Public Relations  
Judul Skripsi : Pelaksanaan Customer Relationship Management  
Starbucks Matraman, Dalam Membangun Loyalitas  
Pelanggan Melalui Instagram

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 23 Agustus 2022, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 02 September 2022

Ketua Sidang : Swastiningsih, SE, M. Si

Penguji I : Dra. Masnah, M.Si

Penguji II : Drs. Hadi Surantio, M.Si

Keterangan :

\*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

#### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Wengga Putrie Bunga Mega sari  
Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351640582  
Judul Skripsi : Pelaksanaan *Customer Relationship Management*  
Starbucks Matraman dalam Membangun Loyalitas  
Pelanggan Melalui Instagram

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

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

Jakarta, 02 September 2022

Yang membuat pernyataan,



Wengga Putrie Bunga Mega Sari

## ABSTRAK

Nama : Wengga Putrie Bunga Mega Sari  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Pelaksanaan Customer Relationship  
Management Starbucks Matraman dalam,  
Membangun Loyalitas Pelanggan

<b>Kata Kunci</b> <i>Customer Relationship Management,</i> Loyalitas Pelanggan	<p>Di era yang modern seperti sekarang ini semakin banyak dan semakin beragam bisnis yang ada. Saat ini, banyak sekali pelaku usaha yang mencoba untuk berbisnis di bidang kopi karena sekarang ini bisnis kopi sedang berkembang dan banyak diminati. Maka dari itu dengan semakin banyaknya kedai kopi yang bermunculan seperti sekarang ini, membuat masing-masing pelaku usaha kopi berusaha keras untuk membangun loyal pelangganya serta menarik pelanggan baru. Kedai kopi yang menjadi objek penelitian ini adalah kedai kopi terbesar di dunia yaitu Starbucks yang mana salah satu gerainya yang menjadi objek penelitian ini adalah gerai yang berada di Matraman yang dikenal dengan Starbucks Matraman. Penelitian ini berjudul “Pelaksanaan <i>Customer Relationship Management</i> Starbucks Matraman, dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Instagram”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan <i>Customer Relationship Management</i> di Starbucks Matraman. Pendekatan yang pakai oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Data-data yang peneliti dapatkan dalam penelitian ini akan dianalisa dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Landasan teori yang digunakan adalah teori <i>Customer Relationship Management</i>. Hasil penelitian Starbucks Matraman melakukan berbagai macam pelaksanaan untuk membangun loyalitas pelanggan seperti seperti mengidentifikasi pelanggan pelanggan (<i>Customer Identification</i>), membangun daya tarik pelanggan (<i>Customer Attraction</i>), yang membangun pelanggan yang ada(<i>Customer Retention</i>).</p>
<b>Dosen Pembimbing</b>	Drs. Hadi Surantio, M. Si

## ABSTRACT

*Name* : Wengga Putrie Bunga Mega Sari  
*Study Program* : *Communication Major*  
*Tittle* : *Implementation of Starbucks Matraman Customer Relationship Management, in Building Customer Loyalty*

<b>Keywords</b> <i>Customer Relationship Management, Loyal Customer</i>	<i>In this modern era, there are more and more various businesses that exist. Currently, many business people are trying to do business in the coffee sector because the coffee business is currently growing and is in great demand. Therefore, with the increasing number of coffee shops that have sprung up like today, each coffee business actor tries hard to maintain loyal customers and attract new customers. The coffee shop that is the object of this research is the largest coffee shop in the world, namely Starbucks, where one of the outlets that is the object of this research is an outlet located in Matraman as known as Starbucks Matraman. This research is entitled "Implementation of Starbucks Matraman Customer Relationship Management, in Building Customer Loyalty". The purpose of this study was to determine the implementation of Customer Relationship Management at Strabucks Matraman. The approach used by researchers in conducting this research is a qualitative approach. The data that researchers get in this study will be analyzed using descriptive analysis methods. The theoretical basis used is the theory of Customer Relationship Management. The results of Starbucks Matraman's research carry out various kinds of implementations to build customer loyalty such as Customer Identification, Customer Attraction, Customer Retention. The results of Starbucks Matraman's research carried out various kinds of implementation to build customer loyalty such as identifying customers, building customer attraction, building existing customers.</i>
Lecturer	Drs. Hadi Surantio, M.Si

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Penulisan proposal skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Komunikasi Universitas Nasional. Ketertarikan penulis dengan permasalahan dalam proposal skripsi ini adalah Pelaksanaan *Customer Relationship Management*, ddalam Mengembangkan Loyalitas Pelanggan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan porposal skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu hingga penyusunan skripsi ini selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Drs. Adi Prakosa, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Drs. Hadi Surantio, M.Si. selaku Penguji II dan Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.



5. Nursatyo, S.Sos.M.Si selaku Dosen pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan serta saran kepada penulis perihal konsultasi akademik selama masa perkuliahan.
6. Segenap Dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Pihak perusahaan dari Starbucks Coffee Matraman. Terkhusus, Alli Uraidy selaku Store Manager yang telah bersedia meluangkan waktu untuk melakukan wawancara guna mengambil data penelitian.
8. Terima kasih kepada orangtua penulis, Bapak Hasan Nadi dan Ibu Sumyati yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 20 Juli 2022

Penulis,

Wengga Putie Bunga Mega Sari

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	2
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	4
<b>ABSTRAK</b> .....	5
<b>ABSTRACT</b> .....	6
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	7
<b>DAFTAR ISI</b> .....	9
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	11
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	12
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II</b> .....	12
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Teori .....	18
2.2.1 Customer Relationship Management .....	18
2.2.2 Teori Relationship Marketing .....	19
2.3 Konsep .....	26
2.3.1 Loyalitas Pelanggan .....	27
2.3.2 Kepuasan Pelanggan .....	35
2.3.3 Konsep PENCILS .....	40
2.3.4 Media Baru (New Media) .....	42
<b>BAB III</b> .....	46
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	46
3.1 Pendekatan Penelitian .....	46
3.2 Penentuan Informan .....	47

3.2.1	Narasumber .....	49
3.2.2	Key Informan .....	49
3.2.3	Informan .....	50
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.4	Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	54
3.5	Subjek dan Objek Penelitian .....	56
3.5.1	Subjek Penelitian .....	56
3.5.2	Objek Penelitian .....	56
3.6	Data Dan Teknik Pengambilan Data .....	56
3.6.1	Jenis Data .....	57
3.6.2	Studi Lapangan .....	57
3.7	Teknik Keabsahan Data .....	58
3.8	Perencanaan Jadwal Penelitian .....	58
<b>BAB IV</b>	.....	63
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	63
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	63
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	63
4.2	Pembahasan .....	94
<b>BAB V</b>	.....	104
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	104
5.1	Kesimpulan .....	104
5.2	Saran .....	104



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Evolusi Logo Starbucks Coffee.....	66
Gambar 4.2	Logo Pertama Starbucks Coffee.....	66
Gambar 4.3	Logo Kedua Starbucks Coffee.....	67
Gambar 4.4	Logo Ketiga Starbucks Coffee.....	68
Gambar 4.5	Logo Keempat Starbucks Coffee.....	69
Gambar 4.6	Struktur Organisasi PT. Sari Coffee Indonesia.....	71
Gambar 4.7	Struktur Organisasi Starbucks Matraman.....	71
Gambar 4.8	Customer Service Commitment Starbucks Coffee.....	78
Gambar 4.9	Kegiatan Coffee Testing.....	81
Gambar 4.10	Contoh Promosi dari Instagram.....	83
Gambar 4.11	Keuntungan Kartu Anggota.....	84
Gambar 4.12	Contoh Koleksi Tumblr Starbucks.....	86
Gambar 4.13	Kegiatan CSR yang Diadakan Starbucks.....	87
Gambar 4.14	Ajakan Untuk Bergabung Menjadi Bagian Starbucks Reward.....	92



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.1	<i>IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI KOZI 1.0 COFFEE BANDUNG</i> .....	13
Tabel 2.1.2	<i>CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MENGEMBANGKAN LOYALITAS PELANGGAN DI SMA NEGERI 10 FAJAR HARAPAN BANDA ACEH</i> .....	14
Tabel 2.1.3	<i>PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDIHOME PADA PT. TELKOM DATEL SINGARAJA</i> .....	15
Tabel 2.1.4	<i>PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT MITRA 10 SURABAYA</i> .....	16
Tabel 2.1.5	<i>RELATIONSHIP MARKETING DI PT.ALISTON BUANA WISATA</i> .....	17
Tabel 2.2.1	<i>Tiga Tataran CRM</i> .....	20

