



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI PROMOSI PRODUK KOPI *FILTER* DALAM  
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KEDAI KOPI  
DI.ARAHPULANG**

**SKRIPSI**

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

**MUHAMMAD RAVI ALI**

**NPM. 193516516222**

**FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2023**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**FILTER COFFEE PRODUCT PROMOTION STRATEGY IN  
INCREASING CUSTOMER LOYALTY AT DI.ARAHPULANG COFFEE  
SHOP**

**THESIS**

This essay is submitted to fulfilled some conditions to getting a Bachelor  
Degree in Communication Science (S.I.Kom)

**MUHAMMAD RAVI ALI**

**NPM. 193516516222**

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

**2023**



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**JAKARTA**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Muhammad Ravi Ali  
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516222  
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations  
Judul Skripsi : Strategi Promosi Produk Kopi Filter Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Di arah pulang.  
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan  
Jakarta, 2 Maret 2023

Dosen Pembimbing

**Swastiningsih, SE., M.Si**

Dekan



**Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si**



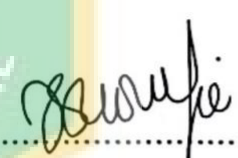
UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

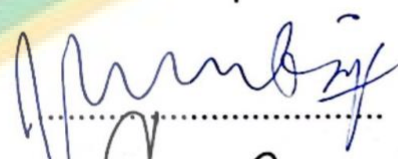
**FORMULIR 4**  
**PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Muhammad Ravi Ali  
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516222  
Jurusan : Public Relations  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Promosi Produk Kopi Filter Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Di.arahpulang

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 23 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 02 Maret 2023

Ketua Sidang : Dr. Jeanne Noveline Tedja , S.IP., M.Kesos .....  


Penguji I : Drs. Ambia B. Boestam, M.Si .....  


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


Keterangan :

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

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Muhammad Ravi Ali

NPM : 193516516222

Judul Skripsi : Strategi Promosi Produk Kopi Filter Dalam  
Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi  
Di.arahpulang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan 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 ijasah 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 peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, Januari 2023

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Ravi Ali

## ABSTRAK

Nama : Muhammad Ravi Ali

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Promosi Produk Kopi Filter Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Di.arahpulang

<b>Kata Kunci:</b> Strategi Promosi, Kopi Filter, Loyalitas Pelanggan, Marketing Mix 7p.	Strategi promosi yang dilakukan Kedai Kopi Di.arahpulang dengan menggunakan konsep <i>marketing mix 7p</i> meliputi <i>product, price, promotion, place, people, process, physical evidence</i> dan konsep strategi yang meliputi <i>planning, organizing, actuating, controlling</i> yang tepat agar terciptanya loyalitas pelanggan terhadap Kedai Kopi Di.arahpulang pada produk kopi <i>filter</i> yang penyajian kopi dengan menggunakan alat seperti <i>Kalita Pour, V-60, dan Aeropress</i> . Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi produk kopi <i>filter</i> dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada Kedai Kopi Di.arahpulang. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara secara langsung sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian ini adalah gambaran strategi promosi Kedai Kopi Di.arahpulang dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dengan berbagai macam strategi promosi yaitu dimana strategi promosi yang dilakukan ialah menarik minat calon pelanggan, mengenalkan produk, dan mendapat kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan sehingga terjalinnya relasi yang baik pada kedua belah pihak.
Pembimbing	Swastiningsih, SE, M.Si

## **ABSTRACT**

*Name* : *Muhammad Ravi Ali*

*Study Program* : *Communication Science*

*Title* : *Filter Coffee Product Promotion Strategy In Increasing Customer Loyalty At Di.arahpulang Coffee Shop*

<p><b>Keywords:</b></p> <p><i>Promotion Strategy, Filter Coffee, Customer Loyalty, Marketing Mix 7p.</i></p>	<p><i>The promotion strategy carried out by Di.arahpulang Coffee Shop uses the 7p marketing mix concept including product, price, promotion, place, people, process, physical evidence and strategic concepts which include proper planning, organizing, actuating, controlling so as to create customer loyalty to the shop. Coffee Di.arahPulang refers to filter coffee products that serve coffee using tools such as the Kalita Pour, V-60, and Aeropress. The purpose of this research was to find out how the promotion strategy for filter coffee products increased customer loyalty at the Di.arahpulang Coffee Shop. Using descriptive qualitative research methods by conducting direct interviews as a data collection technique. The results of this study are an overview of the Di.arahpulang Coffee Shop promotion strategy in increasing customer loyalty with various kinds of promotion strategies, namely where the promotion strategy is to attract potential customers, introduce products, and gain trust in customer loyalty so that good relationships are established on both sides party.</i></p>
<p><i>Guide</i></p>	<p><i>Swastiningsih, SE, M.Si</i></p>



## KATA PENGANTAR

**Assalamualaikum Wr, Wb.**

Puji syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta kurnianya kepada penulis, sehingga dapat diselesaikannya perancangan tugas akhir ini dengan baik dan pada waktunya. Penulisan ditunjukkan untuk menyelesaikan tugas akhir, guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, dengan judul yang diajukan Strategi Promosi Produk Kopi *Filter* dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Di.arahpulang.

Sebelumnya, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi, sulit bagi penulis untuk merampungkan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawwi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Adi Prakosa, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.



6. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Ibu Swastiningsih, SE, M.Si., selaku dosen pembimbing tersayang yang telah berkenan menyediakan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan serta membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.<sup>[1]</sup>
8. Ibu Azizah Des Derivanti, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik penulis yang telah memberikan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan.
9. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman dan praktik mengenai dunia komunikasi yang sebelum penulis tidak ketahui.
10. Terima Kasih kepada Kedua Orang Tua yang telah memberikan dukungan material dan moral, yang selalu mendoakan agar perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.
11. Terima Kasih untuk orang tersayang, Kireyna Nadya yang sudah menjadi alasan saya mengerjakan skripsi ini dengan penuh semangat.
12. Rizky Karim sebagai pemilik Kedai Kopi Di.arahpulang yang telah meluangkan waktu dan tempatnya sebagai informan penulis.

Akhir kata penulis sekali lagi mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk diri penulis dan orang lain yang membacanya.

Jakarta, 28 Januari 2023

Muhammad Ravi Ali



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
1.5. Sistematika Penulisan .....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	13
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Kajian Perpustakaan .....	21
2.2.1 Strategi .....	21
2.2.2 Strategi Promosi .....	23

2.2.3 Loyalitas Pelanggan .....	36
2.3 Kerangka Pemikiran .....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	43
3.2 Penentuan Informan .....	44
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.3.1 Observasi .....	45
3.3.2 Wawancara .....	46
3.3.3 Dokumentasi .....	46
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	47
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Gambaran Umum .....	50
4.1.1 Sejarah Kedai Kopi Di.arahpulang .....	50
4.1.2 Jam Operasional Kedai Kopi Di.arahpulang .....	51
4.1.3 Struktur Organisasi Kedai Kopi Di.arahpulang .....	52
4.1.4 Visi dan Misi Kedai Kopi Di.arahpulang .....	52
4.1.5 Logo dan Menu Pada Kedai Kopi Di.arahpulang .....	53
4.1.6 Media Sosial Instagram Kedai Kopi Di.arahpulang .....	56
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	57
4.2.1 Strategi Promosi Produk Kopi Filter Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Di.arahpulang .....	57
4.2.2 Konsep <i>Marketing Mix 7P</i> Pada Kedai Kopi Di.arahpulang ...	64

4.3 Pembahasan .....	74
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Saran .....	81
5.2.1 Saran Akademis .....	82
5.2.2 Saran Praktis .....	82
Daftar Pustaka .....	84



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi Nasional 2016 - 2021 .....	4
Gambar 1.2 Data Penjualan Produk <i>Best Seller</i> di Kedai Kopi Di.arahpulang .....	6
Gambar 1.3 Data Pengunjung Kedai Kopi Di.arahpulang September 2021- Agustus 2022.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Di.arahpulang .....	52
Gambar 4.2 Logo Di.arahpulang .....	53
Gambar 4.3 Produk Kopi <i>Filter</i> .....	54
Gambar 4.4 Cara Pembuatan Kopi <i>Filter</i> .....	54
Gambar 4.5 Makanan Di.arahpulang .....	55
Gambar 4.6 Minuman Di.arahpulang .....	56
Gambar 4.7 <i>Profile</i> Instagram Di.arahpulang .....	57



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Kedai Kopi Di Daerah Utan Kayu .....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian .....	49





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Tugas dan Kesiediaan Pembimbing
- Lampiran II : Lembar Konsultasi Bimbingan
- Lampiran III : Surat Penelitian
- Lampiran IV : Transkrip Wawancara
- Lampiran V : Dokumentasi
- Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup

