



UNIVERSITAS NASIONAL

**PROMOSI PRODUK KOPI KELAPA DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Pada Ratsa Kopi Depok)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Vanya Samira

NPM. 193516516156

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

**PROMOTION OF COCONUT COFFEE PRODUCTS IN
MAINTAINING CUSTOMER LOYALTY**

(Study On Ratsa Kopi Depok)

THESIS

Submitted in partial fulfillment of requirement for

The Bachelor of Communication (S. I.kom)

Vanya Samira

NPM. 193516516156

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Vanya Samira
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516156
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Promosi Produk Kopi Kelapa Dalam
Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada
Ratsa Kopi Depok)
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, 23 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Swastiningsih, S.E., M.Si.

Dekan



Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Vanya Samira
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516156
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Promosi Produk Kopi Kelapa Dalam Mempertahankan
Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Ratsa Kopi Depok)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 13 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 24 Februari 2023

Ketua Sidang : Dr. Hendra Majana Saragih, S.IP., M.Si

Penguji I : Dr. Dra. Lely Arrianie, 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 PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Vanya Samira
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516156
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Promosi Produk Kopi Kelapa Dalam
Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada
Ratsa Kopi Depok)
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, 23 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Swastiningsih, S.E., M.Si.

Dekan

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Vanya Samira

NPM : 193516516156

Judul Skripsi : Promosi Produk Kopi Kelapa Dalam Mempertahankan Loyalitas
Pelanggan (Studi Pada Ratsa Kopi Depok)

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

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

Demikian pernyataan ini penulis buat.

Depok, 08 Febuari 2023



SEPUAN RIBU RUPIAH
1000
TEL. NETERAL
KEMPEL
5A545AUX0 204510

Vanya Samira

LEMBAR BIODATA ALUMNI MAHASISWA



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2022/2023

Nama Mahasiswa : Vanya Samira
No. Pokok : 193516516156
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Tempat Tgl. Lahir : Depok, 30 Oktober 2001
Alamat Rumah : Jalan Dempo X No. 284 Rt. 09 Rw. 10 Kec.
Sukmajaya Kel. Abadijaya
Telepon Rumah : -
Telepon Kantor : -
HP : 085861561131
Alamat Kantor : -
E-mail : vanyasamira@gmail.com

Jakarta, 27 Februari 2023
Alumni,

Vanya Samira

ABSTRAK

Nama : Vanya Samira
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Promosi Produk Kopi Kelapa Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Ratsa Kopi Depok)

<p>Kata Kunci:</p> <p>Promosi, <i>Integrated Marketing Communication,</i> Loyalitas Pelanggan</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi yang dilakukan oleh Ratsa Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya. Teori yang digunakan oleh penelitian ini yaitu Philip Kotler <i>Integrated Marketing Communication 7P</i> 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 kopi dengan rasa yang konsisten. Price pada Ratsa Kopi juga memudahkan pelanggan dalam metode pembayaran, kemudian harga dari produk Ratsa Kopi juga terjangkau. Promotion Ratsa Kopi menggunakan promosi fisik yaitu mengikuti <i>event</i> bazar, promosi tradisional Ratsa Kopi melakukan komunikasi secara langsung dan menggunakan media cetak seperti pamflet dan banner, kemudian Ratsa Kopi juga menggunakan promosi media digital yang dimana Ratsa Kopi menggunakan media sosial instagram. Place pada Ratsa Kopi terletak pada kawasan perumahan dan sekolah yang dimana Ratsa Kopi dapat dijadikan tempat untuk bekerja, mengerjakan tugas, atau hanya sekedar berkumpul. Participant dari Ratsa Kopi yaitu dimana Ratsa Kopi memiliki kerjasama dengan pihak kedai kopi lainnya untuk bahan baku, dan pelanggan yang datang seperti anak-anak sekolah, mahasiswa, para pekerja, dan lain-lain. Process pembuatan minuman di Ratsa Kopi dibutuhkan waktu yang singkat, dan barista juga membangun interaksi kepada pelanggan. Physical Evidence yaitu dimana Ratsa Kopi membangun suasana nyaman dalam ruang interaksi dengan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh Ratsa Kopi telah memenuhi konsep dari <i>IMC</i> oleh Philip Khotler dan Harper Boyd. Disarankan oleh peneliti agar Ratsa Kopi terus meningkatkan kegiatan promosinya sehingga dapat lebih berkembang.</p>
Pembimbing	Swastiningsih, S.E, M.Si

ABSTRACT

Name : Vanya Samira
Study Program : Communication Science
Title : Promotion of Coconut Coffee Product in Maintaining
Customer Loyalty (Study on Ratsa Kopi Depok)

<p>Key Word:</p> <p><i>Promotion, Integrated Marketing Communication, Loyalty Customer</i></p>	<p><i>This study has a goal, namely to find out the promotions carried out by Ratsa Kopi in maintaining customer loyalty. The theory used by this research is Philip Kotler Integrated Marketing Communication 7P namely Product, Price, Promotion, Place, Participant, Process, Physical Evidence. and the Haper Boyd promotion. The method used in this research is descriptive qualitative. The results of this study are that customers have a sense of trust in the product by having a consistent taste. Prices on Ratsa Kopi also make it easier for customers to make payment methods, so the prices for Ratsa Kopi products are also affordable. Ratsa Kopi Promotion uses physical promotions, namely participating in bazaar events, traditional promotions Ratsa Kopi communicates directly and uses print media such as pamphlets and banners, then Ratsa Kopi also uses digital media promotions where Ratsa Kopi uses Instagram social media. The place at Ratsa Kopi is located in residential and school areas where Ratsa Kopi can be used as a place to work, do assignments, or just hang out. Participant of Ratsa Kopi is where Ratsa Kopi has a collaboration with other coffee shops for raw materials, and customers who come such as school children, students, workers, and others. The process of making drinks at Ratsa Kopi takes a short time, and the baristas also build interactions with customers. Physical Evidence, namely where coffee beans build a comfortable atmosphere in the interaction space with customerr. It can be concluded that the promotion carried out by Ratsa Kopi has fulfilled the concept of IMC by Philip Kotler and Harper Boyd. It is suggested by the researcher that Ratsa Kopi continues to improve its promotional activities so that it can develop further.</i></p>
<p><i>Thesis Advisor</i></p>	<p>Swastiningsih, S.E, M.Si</p>

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. Drs. Adi Prakosa, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
4. Nursatyo, M.Si selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
5. Zuhdi Saragih, SH., M.I.Kom selaku dosen pembimbing akademik yang telah berkenan memberikan bimbingan, arahan kepada penulis.
6. 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 dan tepat waktu.

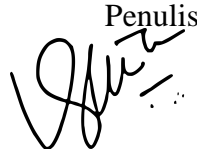
7. Dra. Masnah, M.Si selaku ketua sidang pada saat sidang proposal skripsi
8. Dr. Hendra Maujana Saragih, S.IP.,M.Si selaku ketua sidang pada saat sidang skripsi yang diselenggarakan pada Senin 13 Febuari 2023, dengan kehadiran beliau proses sidang skripsi dapat dibuka, kemudian memandu selama proses sidang skripsi, sampai ditutupnya sidang skripsi sehingga penulis dapat menjalankan sidang dengan lancar dan penulis bisa mendapatkan gelar S.I.Kom.
9. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si selaku penguji satu pada saat sidang skripsi yang dilaksanakan pada Senin 13 Febuari 2023, yang dimana telah menguji penelitian yang dilakukan penulis, tidak hanya menguji pada saat sidang skripsi, tetapi beliau juga mau membantu dengan memberi masukan berupa ilmu dan motivasi selama proses bimbingan revisi ditengah kesibukan beliau, dimana beliau mau meluangkan waktu dan tenaga selama proses bimbingan revisi, sehingga penulis mendapatkan gelar S.I.Kom dengan tepat waktu.
10. Kedua orang tua penulis, mama Debbie dan alm. papa Dadang, yang telah memberikan dukungan baik secara material maupun moral sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.

11. Teman-teman kental (Aldo, Lala, Ayas, Chachi, Fadly, Fia, Fasya, dan lain-lain). Kemudian juga teman dari *Feodict Dancers* (Rafika, Yoan, Agatha, Ester, Chika, dan lain-lain)

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, 13 Febuari 2023

Penulis

Vanya Samira

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR BIODATA ALUMNI MAHASISWA	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	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.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Kepustakaan.....	16
2.2.1 Intergrated Marketing Communication (IMC).....	16
2.2.2 Promosi.....	20
2.2.3 Loyalitas Pelanggan	24
2.2 Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32

3.1 Pendekatan Penelitian	32
3.2 Penentuan Informan	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	35
3.5 Teknik Keabsahan Data	37
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	39
4.2 Profile Informan Peneltian	45
4.3 Penyajian Data Hasil Penelitian Promosi Kopi Kelapa Pada Ratsa Kopi. 46	
4.4 Pembahasan	64
BAB V PENUTUP.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Kedai Kopi di Depok.....	4
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Key Informan.....	33
Tabel 3.2 Informan.....	33
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengunjung Ratsa Kopi November 2021-November 2022	2
Gambar 1.2 Data Penjualan 3 Produk <i>Best Seller</i> di Ratsa Kopi.....	3
Gambar 1.3 Data Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2010-2021	8
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran Penelitian	31
Gambar 4.1 <i>Open Bar</i> Ratsa Kopi Depok.....	41
Gambar 4.2 Area <i>Outdoor</i>	41
Gambar 4.3 Area <i>Indoor</i>	42
Gambar 4.4 Logo Ratsa Kopi.....	42
Gambar 4.5 Struktur Ratsa Kopi	44
Gambar 4.6 Produk Ratsa Kopi	63
Gambar 4.7 Menu Ratsa Kopi.....	65
Gambar 4.8 Iklan <i>Coffee Vlogger</i>	66
Gambar 4.9 Iklan <i>Coffee Vlogger</i>	67
Gambar 4.10 Promo Jangka Panjang	68
Gambar 4.11 <i>Discount</i> Produk.....	69
Gambar 4.12 Promosi Media Cetak	70
Gambar 4.13 Promo Melalui Media Sosial.....	72
Gambar 4.14 <i>Booth</i> Ratsa Kopi di Pancasila Expo.....	73
Gambar 4.15 Pemasaran Langsung.....	75
Gambar 4.16 Suasana <i>Working Space</i>	76

Gambar 4.17 Suasana Berkumpul.....	77
Gambar 4.18 Ratsa Kopi dengan Media KAUP	78
Gambar 4.19 Informan dengan Teman-Teman.....	79
Gambar 4.20 Pelayanan Ratsa Kopi.....	81
Gambar 4.21 <i>Open Bar</i>	82
Gambar 4.22 Data Penjualan Produk Kategori Kopi.....	83



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Tugas
- Lampiran 2 : Halaman Pengesahan
- Lampiran 3 : Lembar Konsultasi Bimbingan
- Lampiran 4 : Surat Penelitian
- Lampiran 5 : Draft Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 6 : Transkrip Wawancara
- Lampiran 7 : Reduksi Data
- Lampiran 8 : Laporan Observasi
- Lampiran 9 : Dokumentasi
- Lampiran 10 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 11 : Lembar Hasil Uji Turnitin

