



UNIVERSITAS NASIONAL
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WARUNG KOPI
SE'FREKUENSI DALAM MENIGKATKAN LOYALITAS
PELANGGAN

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.Ikom)

Sandy Basry Tuhepaly

173112351650075

ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

2023



**NATIONAL UNIVERSITY
SE'FREKUENSI COFFE SHOP MARKETING COMMUNICATION
STRATEGYIN INCREASING
CUSTOMER**

THESIS

Submitted as one to obtain a Bachelor of Communication Science (S.Ikom)
degreeArranged

Sandy Basry Tuhepaly

173112351650075

**COMMUNICATION STUDIES
FACULTY OF SOCIAL SCIENCES AND POLITICAL
SCIENCENATIONAL UNIVERSITY**

2023



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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sandy Basry Tuhepaly
NPM : 173112351650075
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WARUNG
KOPI SEFREKUENSI DALAM MENINGKATKAN
LOYTALITAS PELANGAN
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, 8 September 2023

Dosen Pembimbing

Dekan

Agus Salim, S.Sos., M.Si

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom.

Drs. Adi Prakosa, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh
Nama : Sandy Basry Tuhepaly
NPM : 173112351650075
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WARUNG KOPI
SE'FREKUENSI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN

Telah berhasil dipertahankan dihadapan 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 *Sahrudin Lubis, S.P., M.Si*
Penguji I *Dejur Luciana Rajagukguk, S.Sos., M.Si*
Pembimbing I *Agus Salim, S.Sos., M.I.-kom*

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 13 September 2023



Sahrudin Lubis
Dejur Luciana Rajagukguk
Agus Salim



FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sandy Basry Tuhepaly
 Nomor Pokok Mahasiswa : 173112351650075
 Fakultas / Akademik : Fisip
 Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relation
 Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WARUNG KOPI
 SE'FREKUENSI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS
 PELANGGAN

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 26, Agustus 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 20

Ketua Sidang : *Sahredan Lubis, S.P., M.Si* *Sekretaris Sidang* *aman perbaiki hal ini di hal*

Penguji I : *Djaja Lubis, S.P., M.Si*

Penguji II : *Agus Sa. L., M.Si/Com*

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

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Sandy Basry Tuhepaly

NPM : 173112351650075

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Warung Kopi

Se'frekuensi Dalam Menigkatkan Loyalitas
Pelanggan

Diajukan untuk memperoleh : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

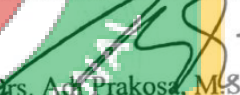
Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 22 Juli 2023

Dosen Pembimbing


Agus Saiful, S.Sos., M.I.Kom.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Drs. Adi Prakosa, M.Si.

UNIVERSITAS NASIONAL



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806-700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 120471 Homepage: <http://www.unas.ac.id> E-mail: febunus49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 223/D/X/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom.

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Sandy Basry Tuhepaly
Nomor Pokok : 173112351650075
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Selasa, 4 Maret 2023

Dekan,

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama : Sandy Basry Tuhepaly

Npm : 173112351650075

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WARUNG KOPI
SEFREKUENSI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGAN

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 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, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan

S:
SIPULUH RIBU RUPIAH
MEEBAY
EMPEL
3FAKX541955949



ABSTRACT

Nama : SandyBasry Tuhepaly

Npm : 173112351650075

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Warung Kopi Se'ferkuensi

Dalam MeningkatkanLoyalitas Pelanggan

Kata kunci: Pemasaran Terintegrasi Atau Terpadu, Periklanan, Hubungan Masyarakat, Pemasaran Langsung, Promosi Penjualan, Warung Kopi Se'ferkuensi	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Warung Kopi Se'ferkuensi telah menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang baik dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teori dari Agus Hermawan yang menjelaskan teori mengenai model komunikasi pemasaran terintegrasi atau terpadu yang terdiri dari 4 metode, yaitu periklanan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan promosi penjualan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode observasi, wawancara secara mendalam (indepth interview), dokumentasi, dengan teknik analisis deskripsi kualitatif. Disimpulkan bahwa Warung Kopi Se'ferkuensi menggunakan strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya. Akan tetapi dalam pelaksanaannya, Warung Kopi Se'ferkuensi masih kurang berjalan dengan baik dilihat dari belum memaksimalkan penggunaan metode komunikasi pemasaran terpadu
Pembimbing:	Agus Salim, S.Sos., M.I.kom

ABSTRACT

Nama : Sandy Basry Tuhepaly
Npm : 173112351650075
Study Program : Communication science
Thesis Title : *Se'frekuensi Coffe Shop Marketing
Communication Strategy in Increasing Customer
Loyalty*

Keyword: <i>Integrated or Integrated Marketing, Advertising, Public Relations, Direct Marketing, Sales Promotion, Se'frequency Coffee Shops</i>	<i>This study aims to determine whether Se'frekuensi Coffee Shop has used a good marketing communication strategy in increasing customer loyalty. The theoretical foundation used in this research is using the theory of Agus Hermawan which explains the theory regarding the integrated or integrated marketing communication model which consists of 4 methods, namely advertising, public relations, direct marketing, and sales promotion. The data collection technique used in this study is by using the method of observation, in-depth interviews (in-depth interviews), documentation, with qualitative description analysis techniques. It was concluded that Se'frequency Coffee Shop uses an integrated marketing communication strategy to increase customer loyalty. However, in practice, Se'frequency Coffee Shops are still not going well, seen from not maximizing the use of integrated marketing communication methods</i>
Mentor:	<i>Agus Salim, S.Sos., M.I.kom</i>

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr, Wb.

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Warung Kopi Se’ferkuensi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”. Penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari *thesis* sarjana Ilmu Komunikasi. Shalawat dan salam dipanjatkan untuk baginda besar Muhammad SAW, juga keluarga, dan para sahabat.

Dalam skripsi ini, peneliti melakukan penelitian sesuai dengan kemampuannya untuk mencapai salah satu prasyarat menyelesaikan studi Sarjana Ilmu Komunikasi (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta. Namun demikian, peneliti memahami bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, peneliti juga memahami bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dorongan dan saran dari beberapa pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., Selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos.M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.
3. Drs. Adi Prakosa, M.Si dan Nursatyo, S.Sos.M,Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi juga Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Bapak Umar Fauzi Bahnan, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik saya yang telah membimbing saya selama saya berada di Universitas Nasional, dan yang selalu memberikan ilmu serta motivasi dan juga memberikan semangat dalam pembuatan skripsi ini.

5. Bapak Agus Salim, S. Sos., M.I. Kom. selaku dosen Pembimbing skripsi saya, yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu, motivasi, dan juga semangat dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih sebanyak - banyaknya diucapkan kepada Bapak Agus Salim karena sudah membantu dan memberikan masukan berupa ilmu, motivasi, dan semangat selama proses bimbingan di tengah kesibukan beliau. Tanpa adanya ilmu pengetahuan dan semangat dari beliau, saya tidak yakin skripsi ini akan selesai dengan baik dan tepat waktu.
6. Seluruh dosen Program Ilmu Komunikasi seluruh Universitas Nasional yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmu dan banyak pengalaman yang dimiliki pada si peneliti.
7. Ucapkan terima kasih untuk pihak Warung Kopi Seferkuensi yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi peneliti. Yang dimana ada Bapak Annas Maulana sebagai owner.
8. Teruntuk teman dekat saya, Amy, Rindu, Zulham, Jhra, yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
9. Terima kasih untuk Keluarga saya, Ibu Apisa dan paman saya Rahmat dan Kaka dian yang telah mendukung dalam penyusunan skripsi peneliti.
10. Dan terakhir, saya ingin berterima kasih untuk diri saya sendiri, karena yang sudah berjuang untuk menyelesaikan dan mengerjakan tugas akhir ini.
11. Semoga skripsi yang telah penulis tulis ini senantiasa dapat memberikan manfaat pengetahuan dan ilmu – ilmu mengenai topik yang telah peneliti bahas bagi para pembaca dan juga dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.



DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat parktis	9
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Konsep dan Teori.....	18
2.2.1 Teori Integrated Marketing Communications (IMC).....	18
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	24
2.2.3 Orientasi Pemasaran	35
2.2.4 Loyalitas Pelanggan.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Pendekatan Penelitian.....	45
3.2 Penentuan informan.....	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	47
3.4 Teknik Analisis Data.....	50
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	51
3.6 Waktu Dan Lokasi Penelitian	52
BAB IV	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Gambaran Umum Warung Kopi Se’frekuensi.....	53
4.1.2 Struktur Warung Kopi Se’frekuensi	57

4.1.3 Produk Warung Kopi Se'frekuensi.....	61
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	93
LAMPIRAN 1.....	93
SURAT PENUGASAN PEMBIBING SKRIPSI.....	93
LAMPIRAN 2.....	94
LAMPIRAN BIMBINGAN.....	94
LAMPIRAN 3.....	95
Transkrip Wawancara	95
LAMPIRAN 4.....	99
Lampiran Dokumentasi bersama informan inti Bang Annas 15 juli 2023.....	99
LAMPIRAN 5.....	100
Lampiran Dokumentasi bersama indorman 2 bang Ajay 15 Juli 2023	100
LAMPIRAN 6.....	101
LOKASI Warung Kopi Se'frekuensi 15 Juli 2023.....	101



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	44
Tabel 3.1 Tabel Informan.....	46
Tabel 4.2 Tabel Struktur Organisasi.....	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Warung Kopi Selfrelkulelnsi.....	56
Gambar 2 Daftar Harga Menu Makanan Warung Kopi Se' frekuensi.....	61
Gambar 3 Daftar Harga Menu Makanan Warung Kopi Se' frekuensi.....	63
Gambar 4 Lokasi Warung Kopi Se' frekuensi.....	64
Gambar 5 Profile instagram danrompang_condet.....	65
Gambar 6 Proses Wawancara Dengan Ajay Sebagai Pegawai.....	73
Gambar 7 Proses Wanwancara Kepada Annas Owner Warung Kopi Se' frekuensi.....	77

