

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PIT-STOP KOPI KIG GRESIK
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

SKRIPSI



OLEH

RAMA PURBA DEWA

NPM.17043010014

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PIT-STOP KOPI KIG
GRESIK DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

Disusun oleh:



Rama Purba Dewa

NPM. 17043010014

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi.

Menyetujui,

PEMBIMBING



Ir. H. Didiek Tranggono, M. Si

NIP. 19581225 199001 1001

Mengetahui,

DEKAN FISIP



DR. DRS. FC. GENDUT SUKARNO, MS. CHRA

NIP. 1959070119

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PIT-STOP KOPI KIG
GRESIK DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

Oleh:

Rama Purba Dewa
17043010014

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Pada Tanggal 14
Januari 2022**


PEMBIMBING



Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si
NIP. 19581225 199001 1001

TIM PENGUJI,

1. Ketua



Dr. Yuli Candrasari, M.Si
NIP. 19710730 202121 2003

2. Sekretaris



Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si
NIP. 19581225 199001 1001

3. Anggota



Ririn Puspita T., S.I.Kom, M.MedKom
NIP. 19890411 202121 2001



DR. DRS. EC. GENDUT SUKARNO, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PIT-STOP KOPI KIG GRESIK DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

(Rama Purba Dewa)

ABSTRAK

Pit-Stop Kopi KIG merupakan salah satu *cafe* yang bernuansa warung di Kota Industri Gresik yang berdiri sejak tahun 2019. Konsumen *cafe* ini terus meningkat setiap tahunnya. Dengan berbagai komunikasi pemasaran Strategi yang digunakan, *cafe* ini berhasil mempertahankan eksistensi konsumen untuk pembelian kembali dan menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Penelitian dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Pit-stop Kopi (KIG) Gresik dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Teori yang digunakan pada penelitian ini ialah bauran pemasaran 7p menurut Kotler dan Armstrong dan ditambah dengan teori penguat lainnya yaitu teori loyalitas pelanggan menurut Griffin.

Metode dalam penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan pada pegawai Pit-Stop Kopi KIG untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Informan sebanyak sepuluh dan lokasi penelitian di *cafe* Pit-Stop Kopi KIG Gresik. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan wawancara mendalam. Teknik analisis dalam penelitian ini melalui tiga tahap yakni pengolahan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pit-Stop Kopi KIG melakukan strategi komunikasi pemasaran untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Strategi komunikasi pemasaran yang diambil adalah *periklanan, promosi, pelayanan, produk, place, physical evidence, dan proses*. Pit-stop KIG ini juga menentukan saluran komunikasi untuk memesan dengan menggunakan saluran interpersonal dan impersonal, serta menentukan aspek konsumen.

Kata Kunci : *Strategi; Komunikasi Pemasaran; Loyalitas Pelanggan; Coffee Shop.*

ABSTRACT

Pit-Stop Kopi KIG is one of the cafes with the nuances of a warung in the Industrial City of Gresik which was established in 2019. This consumer cafe continues to increase every year. With various marketing communication strategies used, this cafe has succeeded in maintaining the existence of consumers for repurchasing and establishing good relations with the company. The study was conducted to determine the marketing communication strategy of Pit-stop Kopi (KIG) Gresik in maintaining customer loyalty. The theory used in this research is the 7p marketing mix according to Kotler and Armstrong and added with another reinforcing theory, namely the theory of customer loyalty according to Griffin.

The research method used is descriptive qualitative. This research was conducted on KIG Coffee Pit-Stop employees to maintain customer loyalty. There were ten informants and the research location was at the Coffee Pit-Stop Caffe KIG Gresik. The data in this study were collected by in-depth interviews. The analysis technique in this study went through three stages, namely data processing, data analysis, and drawing conclusions.

The results showed that Pit-Stop Kopi KIG implemented a marketing communication strategy to maintain customer loyalty. The marketing communication strategy taken is advertising, promotion, service, product, place, physical evidence, and process. This KIG pit-stop also determines the communication channel for ordering using interpersonal and impersonal channels, and determines the consumer aspect.

Keywords: Strategy; Marketing Communications; Customer Loyalty; Coffee Shop.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puja dan Puji Syukur atas Kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga Penulis mampu menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan Judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PIT-STOP KOPI KIG GRESIK DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN”** Ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Didiek Tranggono selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasihat, serta motivasi kepada penulis. Penulis juga menerima banyak bantuan dari berbagai pihak, baik berupa moril, spiritual maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Yuli Candrasari, M.SI. selaku Koordinator Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak atau Ibu Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya yang telah banyak membantu selama menempuh pendidikan ini.
4. Bapak dan Ibu bagian Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi.

5. Bapak dan Ibu yang tidak pernah berhenti memberikan doa, semangat, serta motivasi, dan dukungan dalam berbagai hal untuk penulis.
6. Maulia Kirana Fadhilah yang selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
7. Zandy, Reynaldy, Fiqih, Diaz, Axel selaku anggota kontrakan Ratna Squad serta teman-teman lainnya yang memberikan semangat dalam hari-hari penulis.

Kesempurnaan hanya milik Allah SWT, sehingga Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan dalam penulisan skripsi ini serta dapat berguna bagi pembacanya.

Gresik, Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.4.3 Manfaat Sosial.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Pengertian Strategi.....	14
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2.2.4 Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2.5 <i>Coffee Shop</i>	27

2.3 Kerangka Berpikir	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Definisi Konseptual	31
3.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	31
3.2.2 Loyalitas Pelanggan	32
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.4 Sumber Data	32
3.5 Fokus Penelitian	33
3.6 Subjek dan Penelitian	33
3.7 Teknik Pengumpulan Data	34
3.8 Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Deskripsi Objek	37
4.1.1 Profil Pit-Stop Kopi KIG	37
4.1.2 Struktur Organisasi Pit-Stop Kopi KIG	39
4.1.3 Visi dan Misi Pit-Stop Kopi KIG	40
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Sosial Media Sebagai Alat Pemasaran.....	43
4.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Pitstop Kopi KIG	44
4.2.2.1 Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Pit-Stop Kopi KIG Gresik.....	44
4.2.2.2 Faktor Pendukung dan Penghambatan pada Pit-Stop Kopi KIG dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	49
4.2.2.3 Produk	49

4.2.2.4	Place	51
4.2.2.5	Price atau Harga	53
4.2.2.6	Promosi	53
4.2.2.7	Physical Evidence	54
4.2.2.8	Proses	54
4.2.2.3	Periklanan.....	55
4.3	Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran Strategi Komunikasi Pemasaran Pitstop Kopi KIG Gresik Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	28
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Pitstop Kopi KIG	39

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 INTERVIEW GUIDE	73
LAMPIRAN 2 TRANSKRIP WAWANCARA	75
LAMPIRAN 3 DOKUMENTASI WAWANCARA	98
LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI PIT-STOP KIG	101
LAMPIRAN 5 SOSIAL MEDIA PIT-STOP KIG	103