

Strategi Customer Relations Eternity Coffee di Masa Pemberlakuan Pembatasan

Kegiatan Masyarakat (PPKM) Periode Juni – Agustus Tahun 2021



Nama : Muhammad Ichlasul Amal

NIM/Kelas : 20180530071

ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021/2022

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Ichlasul Amal

NIM : 20180530071

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Customer Relations Eternity Coffee di Masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan “Masyarakat (PPKM) Periode Juni – Agustus Tahun 2021” merupakan hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk adalah benar. Apabila kemudian dari skripsi ini terbukti plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.



Yogyakarta, 16 Januari 2023



Muhammad Ichlasul Amal

MOTTO

*“Duniaku adalah bumi dan manusia dengan segala persoalannya, ketika yang lain sedang berjalan
maka disaat itulah aku berlari”*

Muhamaad Ichlasul Amal (Boboho)

“Ciptakan sebab dan akibat”

Muhamaad Ichlasul Amal (Boboho)

“Mukjizat hanya di zaman nabi, tak bisa langsung sehat, dihadapi dikelahi”

Efek Rumah Kaca

“Ada api ada asap”

Kareem Soenharjo

*“Ekonomi korban politik, hukum tunduk pada politik, **pendidikan masuk politik**, olahraga
bawa politik, orang gila akibat politik, dagang sapi pakai politik, beragama, buat politik, keluarga
ribut politik”*

Efek Rumah Kaca

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan ungkapan syukur kepada Allah SWT atas segala karunianya, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Diri saya sendiri yang tak kenal lelah dan pantang menyerah untuk kerja cari uang dan waktu untuk menyelesaikan skripsi.
2. Kedua orang tua tercinta, Bunda Susilawati dan Papa Marfian. Terima kasih sudah memberikan dukungan moril maupun materil kepada saya dalam menyelesaikan tanggung jawab ini.
3. Ketiga Adik saya Naomi Advila Jasmine yang terus menanyakan skripsi saya.
4. Kedua orang yang selalu mendukung saya dan banyak hal lainnya sampai skripsi ini jadi yaitu Enow
5. Seluruh sahabat terbaik.
6. Keluarga besar Eternity Coffee yang telah memberi kesempatan besar untuk menuliskan sejarah didunia marketing di masa yang mungkin tidak akan terulang, yaitu dimasa COVID-19
7. Keluarga besar Ilmu Komunikasi UMY angkatan 2018.
8. Serta pihak lainnya yang berperan dalam membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.

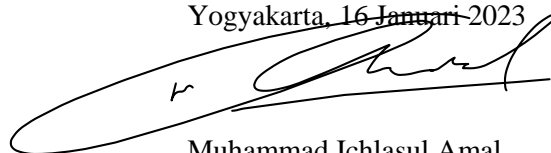
KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala karunia dan rahmat yang diberikan kepada setiap hamba-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah menerangi hati nurani umat Islam.

Dalam penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi UMY tidak terlepas dari bimbingan, motivasi, doa, serta bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi UMY dan Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A selaku Wakil Prodi Ilmu Komunikasi UMY yang telah memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan diri dan merdeka dalam belajar.
2. Taufiqurrahman, S.IP., MA., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu membimbing, memberikan banyak masukan, dan memotivasi peneliti untuk menyelesaikan skripsi hingga akhir.
3. Dr. Yeni Rosilawati, S.IP., MM. dan Nur Sofyan, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan masukan, dukungan, serta motivasi kepada peneliti.
4. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi UMY yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan serta wawasan yang luas bagi peneliti selama masa perkuliahan.
5. Para narasumber yang telah bersedia untuk memeberikan informasi untuk bukti dalam penuisan skripsi ini

Yogyakarta, 16 Januari 2023



Muhammad Ichlasul Amal

DAFTAR ISI

| | |
|---|----|
| <u>BAB 1</u> | 10 |
| <u>PENDAHULUAN</u> | 10 |
| <u>A. Latar Belakang</u> | 10 |
| <u>B. Rumusan Masalah</u> | 18 |
| <u>C. Tujuan Penelitian</u> | 18 |
| <u>D. Manfaat Penelitian</u> | 19 |
| <u>E. Tinjauan Pustaka</u> | 19 |
| <u>F. Metode Penelitian</u> | 28 |
| | |
| <u>BAB 2</u> | 34 |
| <u>GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN</u> | 34 |
| <u>A. Gambaran Umum Perusahaan</u> | 34 |
| | |
| <u>BAB 3</u> | 43 |
| <u>SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN</u> | 43 |
| <u>A. Sajian Data</u> | 43 |
| | |
| <u>BAB 4</u> | 62 |
| <u>PENUTUP</u> | 62 |
| <u>A. Kesimpulan</u> | 62 |
| <u>B. Saran</u> | 64 |