

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN COFFEE SHOP ETHIKOPIA
DALAM MENJAGA LOYALITAS PELANGGAN DI MASA PANDEMI
COVID-19 TAHUN 2020**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Dimas Bagus Prakoso

20180530166

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Dimas Bagus Prakoso

NIM : 20180530166

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis disini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dalam karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustakan pada bagian akhir skripsi.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan proposal penelitian ini hasil plagiat ataupun jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 24 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Dimas Bagus Prakoso

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis ingin mempersembahkan tulisan ini kepada pihak-pihak yang telah mendukung serta membantu penulis dalam menjalani proses penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir. Tentunya, dalam penulisan skripsi ini tidak sedikit suka, duka, dan kendala yang telah penulis lewati. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang sudah terlibat karena telah menjadi banyak bagian yang penting dalam penyelesaian skripsi ini.

1. Segala puji bagi Allah SWT yang mana telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
2. Kepada bapak Dwi Im Masruri dan Ibu Sri Widati selaku orang tua penulis serta adik penulis yang telah memberikan dorongan doa serta semangat setiap harinya, sehingga menyadarkan penulis untuk cepat lulus.
3. Kepada penulis sendiri, Dimas Bagus Prakoso yang telah berjuang dari awal hingga akhir tanpa menyerah, meskipun banyak rintangan yang telah dilewati.
4. Ibu Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si., Ph.D. selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan berbagai pengalaman kepada penulis.
5. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si. dan Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA., MA. selaku penguji skripsi yang telah memberikan banyak saran kepada penulis agar menjadi lebih baik dalam penulisan skripsi.
6. Kepada teman spesial penulis Putri Andinafa Augustin yang telah selalu mendengarkan keluh kesah dan selalu berada di samping penulis ketika penulis mengerjakan penelitian ini dari awal hingga akhir.
7. Kepada teman kontrakan penulis : Gompel CB, Jupri PC, Bryans, Doncer yang telah membantu sembari mengejek dengan tujuan agar penulis segera menyelesaikan penelitian ini.
8. Kepada seluruh anggota grup STARVING, ASUSILA, dan BIJI KADAL yang telah mendengarkan keresahan serta menyemangati penulis tiada henti selama penulis membuat penelitian ini dari awal hingga akhir.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahim

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas ridho dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang penulis ajukan yaitu “Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Ethikopia Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan Di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020”. Sholawat serta salam tidak lupa penulis hanturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang kita nantikan syafaatnya di yaumul akhir kelak. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam menulis skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling penulis yang mendukung dan membantu. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, serta nikmat yang luar biasa, sehingga peneliti dapat melakukan penelitian dengan lancar.
2. Kedua orang tua tercinta yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan, doa serta semangat sehingga saya tidak pantang menyerah.
3. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Bapak DR. Fajar Junaeni, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Ibu Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si., Ph.D. selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan berbagai pengalaman kepada penulis.
7. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si. dan Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA., MA. selaku penguji skripsi yang telah memberikan banyak saran kepada penulis agar menjadi lebih baik dalam penulisan skripsi.
8. Kepada seluruh Dosen dan Para Staff Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
9. Kepada Pandu Faningsyah Putra selaku *Store Manager* dari Ethikopia yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di tempat.
10. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang ikut andil dalam penulisan skripsi ini. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 24 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dimas Bagus Prakoso', with a stylized flourish at the end.

Dimas Bagus Prakoso

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Kerangka Teori.....	6
1.5.1. Konsep Segmentation, Targeting, dan Positioning (STP)	7
1.5.2. Integrated Marketing Communication	11
1.5.3. Loyalitas Konsumen.....	23
1.6. Metodologi Penelitian	26
1.6.1. Jenis Penelitian.....	26
1.6.2. Teknik Pengambilan Informan.....	27
1.6.3. Lokasi Penelitian	28
1.6.4. Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.6.5. Uji Validitas Data.....	30
1.6.6. Teknik Analisa Data.....	31
1.7. Sistematika penulisan	32
BAB II.....	34
Deskripsi Umum Objek Penelitian	34
2.1. Sejarah dan Perkembangan <i>Coffee Shop</i> Ethikopia.....	34
2.2. Struktur Organisasi <i>Coffee Shop</i> Ethikopia.....	38

2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran Sebelum Pandemi Covid-19.....	40
BAB III	42
Sajian Data dan Pembahasan	42
3.1. Sajian Data dan Pembahasan.....	42
3.1.1. Proses Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Ethikopia	43
3.1.2. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Ethikopia	50
3.1.3. Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Ethikopia	56
3.1.4. Evaluasi	88
BAB IV	90
Penutup.....	90
4.1. Kesimpulan.....	90
4.2. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
HASIL WAWANCARA.....	96
LAMPIRAN	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Ethikopia.....	35
Gambar 2. 2 Instagram Ethikopia	36
Gambar 2. 3 Tiktok Ethikopia.....	36
Gambar 2. 4 Outdoor.....	37
Gambar 2. 5 Tampak Luar	37
Gambar 2. 6 Ruangan Indoor	37
Gambar 2. 7 Smoking Indoor.....	38
Gambar 2. 8 Balkon Lantai 2	38
Gambar 2. 9 Instagram Ethikopia Sebelum Pandemi Covid-19	41
Gambar 3. 1 Ethikopia Tanpa Sekat	49
Gambar 3. 2 Loyalty card Ethikopia.....	54
Gambar 3. 3 Menu Ethikopia	61
Gambar 3. 4 Tampilan Gofood Ethikopia.....	64
Gambar 3. 5 Tampilan Grab food Ethikopia.....	64
Gambar 3. 6 Tampilan Shopee food Ethikopia	65
Gambar 3. 7 Respon pelanggan Ethikopia	66
Gambar 3. 8 Instagram Ethikopia saat pandemi covid-19	70
Gambar 3. 9 Tiktok Ethikopia saat pandemi covid-19	70
Gambar 3. 10 Kopi Literan Ethikopia.....	75
Gambar 3. 11 Antusias Kopi Literan	76
Gambar 3. 12 Pemasaran Interaktif Ethikopia Melalui Instagram.....	81
Gambar 3. 13 Pemasaran Interaktif Ethikopia melalui Tiktok	81
Gambar 3. 14 Lomba online Yang Diselenggarakan Ethikopia	83
Gambar 3. 15 Antusias Pelanggan Mengenai Lomba.....	84
Gambar 5. 1 Foto Bersama Store Manager Ethikopia	112
Gambar 5. 2 Foto Bersama Barista Ethikopia.....	112
Gambar 5. 3 Foto Pelanggan 1	113
Gambar 5. 4 Foto Pelanggan 2.....	113
Gambar 5. 5 Foto Ethikopia	114

