

**STRATEGI MEMBANGUN *BRAND IMAGE* KOPI *LHUR* SEBAGAI KEDAI
KOPI ALKOHOL DAN NON ALKOHOL DI YOGYAKARTA TAHUN 2023**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1

(S-1)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas

Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Sean Alexandra Ramadhan

20180530046

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sean Alexandra Ramadhan

NIM : 20180530046

Konsentrasi : Advertising

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik (ISIPOL)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **"Strategi Membangun Brand Image Kopi Lhur Sebagai Kedai Kopi Alkohol Dan Non Alkohol Di Yogyakarta Tahun 2023"** adalah hasil karya sendiri. Seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain, maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 22 Maret 2024



MPEKAT
TEMPIL
20180530046

Sean Alexandra Ramadhan

MOTTO

"Ketika berhenti adalah pilihan, terus bergerak adalah kewajiban."

Sean Alexandra Ramadhan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamualaikum Wr, Wb.

Diikuti dengan bismillah sebagai awal setiap memulai pekerjaan. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT. Dengan segala Kuasa-Nya telah memberikan kesempatan untuk menjalankan penelitian melalui rintangan dalam dunia ini sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Dan sholawat serta salam juga tercurahkan pada junjunganNya Nabi Muhammad SAW atas karuniaNya.
2. Kedua orang tua saya. Dengan segala kesabarannya untuk selalu mendoa'kan serta mendukung agar bisa bertahan dan menyelesaikan apa yang sudah menjadi tanggung jawab.
3. Seluruh Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membimbing dan membantu saya dalam menyelesaikan masa belajar saya.
4. Teman-teman bimbingan Mas Zein, terima kasih sudah berjuang bersama dan menjadi tempat bertukar keluh kesah.
5. Teman-teman Komunikasi angkatan 2018. Terimakasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini.
6. Untuk sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah mensupport dan menyemangati saya.
7. Dan semua pihak yang terlibat dan membantu melancarkan terlaksananya proses penulisan ini. Penulis ucapkan terima kasih, semoga kebaikan dan keikhlasannya menjadi bekal baik untuk kemudian hari.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat, taufik dan hidayah Nya sehingga skripsi yang berjudul “Strategi Membangun *Brand Image Kopi Lhur* Sebagai Kedai Kopi Alkohol dan Non Alkohol Di Yogyakarta Tahun 2023” ” dapat diselesaikan dengan baik saat ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir peneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini bukan semata hanya sebagai tugas akhir dan persyaratan kelulusan, melainkan sebagai titik awal dalam melakukan proses pendidikan. Semoga dengan karya ini, penulis dapat melakukan hal yang lebih baik dan sebagai titik awal untuk melanjutkan proses pendidikan kejenjang berikutnya.

Dengan segala hormat dan ketulusan hati yang sedalam-dalamnya, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing dan memberikan dukungan selama penyusunan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih dengan penuh ketulusan dan kerendahan hati penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang atas izin, berkah dan rahmatNya sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UMY.
4. Bapak Dr. Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi saya.
5. Bapak Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn. dan Bapak Muhammad Muttaqien, S.I.Kom., M.Sn. Selaku penguji pada Ujian Pendadaran. Terima kasih atas masukan-masukan dan saran yang membangun agar penelitian ini menjadi lebih baik.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Mas Yuda selaku Owner Kedai Kopi Lhur dan Mas Daniel selaku Barista di Kedai Kopi Lhur yang sudah memberikan informasi dan data untuk penulisan skripsi ini.
8. Orang tua tercinta yang telah memberi dukungan serta memberikan kasih sayangnya selama ini. Terimakasih atas cinta yang tiada henti.

9. Untuk sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satupersatu yang telah mensupport dan menyemangati saya.
10. Untuk teman-teman Ilmu Komunikasi 2018 terima kasih atas dukungannya
11. Dan semua pihak yang terlibat dan membantu melancarkan terlaksananya proses penulisan ini. Penulis ucapkan terima kasih, semoga kebaikan dan keikhlasannya menjadi bekal baik untuk kemudian hari.

Yogyakarta, 22 Maret 2024



Sean Alexandra Ramadhan
NIM. 20180530046

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
MOTTO.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
Daftar Gambar	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Teori.....	10
a. Brand Image	10
c. Pengertian Strategi Branding.....	13
e. Unique Selling Proposition	17
F. Metode Penelitian	19
1. Pendekatan Penelitian.....	19
2. Objek Penelitian.....	19
3. Sumber Data	19
4. Teknik pengumpulan data	20
5. Metode Analisis Data.....	21
6. Uji Validitas Data	22

BAB II.....	24
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	24
A. Sejarah Kopi <i>Lhur</i>	24
BAB III.....	26
HASIL DAN PEMBAHASAN	26
A. Sajian Data	26
1. Produk	26
2, Promosi	29
2. Pelayanan Pelanggan.....	32
3. Persaingan	34
4. Teknologi	35
5. Indikator Membangun Branding	37
B. Pembahasan	43
2. Promosi.....	44
3. Pelayanan Pelanggan.....	44
4. Persaingan	45
5. Teknologi	46
6. Indikator membangun branding.....	47
BAB IV PENUTUP	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA.....	52

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 suasana kopi Lhur	4
Gambar 1. 2 Produk Kopi Lhur	5
Gambar 2 1 suasana kedai	24