

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SPACE ROASTERY DALAM  
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS CUSTOMER TAHUN 2019/2020**

**Dosen Pembimbing: Nur Sofyan, S.I.Kom. M.I.Kom**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas  
Muhammadiyah Yogyakarta



DISUSUN OLEH:  
HAREL ZULFAH NUR 20170530007

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2020**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini:

Nama : Harel Zulfah Nur  
NIM : 20170530007  
Konsentrasi : Public Relations  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran *Space Roastery* Dalam  
Mempertahankan Loyalitas *Customer*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 03 Agustus 2021

  
METERAI  
TEMPER  
DBB34AJX318464847  
**Harel Zulfah Nur**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. 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 ke jenjang berikutnya. Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyusun Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan yang perlu di benahi. Penulis mengharap kritik dan saran dari semua, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Akhir kata dalam menyusun karya ini masih banyak kesalahan, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang setulus-tulusnya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

3. Bapak Haryadi Arif Nur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Nur Sofyan, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah berkenan serta sabar membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Mas Pras, Mas Rangga, Galang dan Hafiz yang memberikan informasi dan data mengenai skripsi ini.
7. Pihak Space Roastery yang memberikan ijin dan memberikan dampingan selama melakukan penelitian.
8. Kedua orang tua saya tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan dalam memberikan kasih sayangnya selama ini. Terima kasih atas cinta yang tiada henti.
9. Untuk teman – teman peneliti yang tiada henti memberikan dukungan dan semangat.

## PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah- Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Karya ini kupersembahkan untuk:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kekuatan dan kesehatan dan meridhoi hamba hingga terbit skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku Papa Harseno dan Mama Eulis yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan berupa doa, dan motivasi. Terimakasih atas pengorbanan kalian selama ini. Semoga Allah membalas jasa kalian yang telah kalian berikan kepadaku.
3. Terimakasih untuk dosen Pembimbing yang baik, Mas Sofyan S.I.Kom, M.I.Kom.
4. Terimakasih Uti yang selalu menyemangati aku, dan suntik dana segar.
5. Adikku Ivona Atha yang selalu mendoakanku. Walaupun kamu nyebelin dan kita tidak pernah bertegur sapa walau satu rumah.
6. Terimakasih untuk Alfian Hafiz Aditya yang selalu menemani aku skripsi, sabar, dan baik sekali. Cepat lamar aku ya.
7. Sahabat – sahabatku GASUKA GHIBAH Tata, Siwi, Lia, Rere, Dilla, Ecak. Terimakasih untuk supportnya dan ngerjain skripsi bareng, yang belum cepet nyusul ya.
8. Sahabat – sahabatku CIAOBELLA Tifa, Novia, Amalia para sahabat yang beriman serta bertaqwa semoga kalian cepat menyusul.

9. Teman seperjuangan kuliah Fafa, Nisrina, dan teman – teman Ilmu Komunikasi 17.
10. Terimakasih untuk para café yang menjadi tempat nyaman untuk mengerjakan skripsi.
11. Terimakasih untuk para tetangga kost TTR yang baik, Aime, M
12. Terimakasih untuk pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
13. Last but not least, I wanna thanks me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off. I wanna thanks me, for all of the time.

## **MOTTO**

*Jangan melihat jam. Lakukan apa yang harus dilakukan.*

*Terus lakukanlah.*

*(Sam Levenson)*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN .....	vi
MOTTO.....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
1. Manfaat Teoritis.....	11
2. Manfaat Praktis .....	11
E. Kajian Teori .....	12
1. Strategi Komunikasi .....	12
2. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	14
3. Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	20
4. Bauran Komunikasi Pemasaran .....	22
5. Loyalitas Customer atau Pelanggan.....	25
F. Metode Penelitian.....	27
1. Jenis Penelitian .....	27
2. Objek Penelitian.....	28
3. Sumber Data .....	29



4. Informan Penelitian.....	30
5. Teknik Pengambilan Informan .....	30
6. Teknik Pengumpulan Data .....	31
7. Uji Validitas Data .....	32
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Sejarah Kopi Di Indonesia .....	34
B. Sejarah Space Roastery .....	35
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
A. Sajian Data .....	39
7. Evaluasi.....	70
8. Loyalitas Konsumen .....	71
9. Faktor Pendukung dan Penghambat .....	73
B. Pembahasan.....	74
9. Evaluasi.....	94
<b>BAB IV PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
A. Kesimpulan .....	96
B. Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>WEB .....</b>	<b>100</b>
<b>JURNAL.....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Daftar Informan.....	30
----------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Packaging Beans.....	5
Gambar 1. 2. Rating Produk di Tokopedia.....	8
Gambar 1. 3. Space Roastery sebagai Star Seller di Shopee.....	9
Gambar 2. 1. Logo Space Roastery .....	35
Gambar 2. 2. Postingan Instagram Space yang Informatif.....	36
Gambar 2. 3. Varian dan Packaging Beans Space Roastery .....	38
Gambar 3. 1. Postingan Instagram Space Roastery Suasana Para Pengunjung .....	43
Gambar 3. 2 Space Roastery pada Aplikasi GoFood dan GrabFood .....	61
Gambar 3. 3 Space Roastery pada Aplikasi Shopee dan Tokopedia.....	62
Gambar 3. 4 Bentuk Promosi Space Roastery saat Bulan Ramadhan.....	65
Gambar 3. 5 Konten Instagram Space Roastery.....	68
Gambar 3. 6 Kolaborasi Space Roastery dan Couvee .....	69
Gambar 3.7 Event Cupping Space Roastery... ..	78
Gambar 3.8 Review Google Space Roastery .....	79