

# **SKRIPSI**

## ***Aktivitas Customer Relationship Management* Konsumen Dalam Mempertahankan Pengunjung Warung Kopi Gayo Ngopi Tahun 2019**

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Derajat Sarjana  
Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh:**

**MUHAMMAD INDRA MAULANA**

**20150530045**

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

**2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini telah dipertahankan dan telah disahkan di hadapan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 24 Agustus 2020  
Tempat :  
Nilai :

**SUSUNAN TIM PENGUJI**



Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si.

Penguji I

Penguji II

Aswad Ishak, S.IP, M.Si

Taufiqurrahman, S.P., M.A, Ph.D.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana S-1 Ilmu Komunikasi  
Tanggal 24 Agustus 2020

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Harvadi Arief Nuur Rasvid, S.IP., M.Sc.  
NIK: 19701122199702163051



## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Muhammad Indra Maulana

NIM : 20150530043

Program Studi : Ilmu komunikasi

Fakultas : Ilmu sosial dan Ilmu politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Aktivitas *Customer Relationship Management* Konsumen dalam Mempertahankan Pengunjung Warung Kopi Gayo Ngopi Tahun 2019**” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 14 September 2020

Muhammad Indra Maulana

**MOTTO**

**“ORANG BER-ADAB, PASTI BER-ILMU. ORANG BER-ILMU BELUM  
TENTU BER-ADAB” –USTADZ ANONIM**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya abah Surya  
Alamsyah dan Ibu Siti Isnaniyah

Terima kasih atas dukungan yang tidak akan pernah saya balaskan  
walaupun 1000 tahun saya hidup.

### **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucap ras syukur allhamdulillah kehadiran Allah SWT atas nikmat dan karunia-nya, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih terhadap semuapihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan serta dorongan selama

penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu dengan rasa bahagia saya persembahkan :

1. Allah SWT. Dengan segala kuasanya 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 junjungan Nabi Muhammad SAW.
2. Ayahanda saya tersayang sepanjang masa, Surya Alamsyah, Dengan segala perjuangannya dan kasih sayangnya untuk selalui memenuhi apa yang saya butuhkan sehingga dapat meyelesaikan apa yang sudah menjadi tanggung jawab saya.
3. Ibunda saya tercinta, Siti Isnaniyah, dengan segala kesabarannya untuk selalui mendoakan serta mendukung apapun yang menjadi pilihan saya agar bertahan dalam situasi apapun hingga menyelesaikan yang sudah menjadi tanggung jawab saya sebagai anak terakhir dari ibunda tercinta.
4. Kakak pertama saya Nani indriyani, dan kakak kedua saya Reza Ramadhan yang tiada henti hentinya untuk selalu mensupport apa yang menjadi pilihan saya sebagai anak terakhir dan harapan keluarga menjadi lebih baik dari sebelum sebelumnya
5. Ibu Dr. Tri hastuti Nur Rochimah S.Sos, M.Si. Selaku dosen pembimbing, yang telah membimbing saya hingga bisa menyelesaikan tugas akhir saya sebagai mahasiswa beliau, terima kasih waktu dan tenaganya untuk selalu membimbing saya.

6. Seluruh dosen pengajar dan staff karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terima kasih atas ilmu serta fasilitas yang telah diberikan sejak semester 1 hingga semester akhir.
7. Teman teman yang tidak perlu saya sebutkan yang telah berproses bersama - sama Kelas B angkatan 2015. terima kasi sudah menerima saya menjadi bagian hidup kalian
8. Terima kasih CIKO, UKM saya membuat saya belajar untuk berproses hingga menjadi personal yang lebih baik.
9. Terima kasih kepada teman teman Asrama Gawi seberataan yang telah mau menampung saya hingga menyelesaikan masa studi selama di Yogyakarta.
10. Terima kasih kepada tenaga media yang tidak henti hentinya bertarung untuk mencegah Virus Covid-19 menyebar lebih luas, respek untuk kalian semua.
11. Terima kasih Bang agam, salah 1 owner warung kopi di Yogyakarta Gayo Ngopi yang juga sebagai objek penelitian saya untuk menyelesaikan syarat kelulusan, terima kasih sudah menjadi saudara saya selama di yogyakarta, kebaikanmu tidak akan pernah saya lupakan dan akan saya ceritakan terus untuk anak anak saya kelak.

Yogyakarta, 19 september 2020

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	8
ABSTRAK .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB 1 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENDAHULUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Rumusan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Secara Teoritis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Secara Praktis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Kerangka Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Customer Relationship Management .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Strategi Customer Relationship Management ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. <i>Complaint handling</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Tujuan CRM.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6. Proses CRM .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Jenis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Lokasi Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Teknik Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Sistematika Penulisan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PROFIL OBYEK PENELITIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Sejarah Warung Kopi Gayo Ngopi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Profil Warung Kopi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Visi Dan Misi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



1. Visi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Misi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Keunggulan Warung Kopi Gayo Ngopi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Memiliki lokasi strategis, yaitu tepat di jalan utama jalan Tamansiswa.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Mendapatkan Biji kopi Gayo langsung dari tempat asalnya.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Memiliki tempat minimalis sehingga nyaman untuk berdiskusi dengan pelanggan lain. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Menjadi tempat komunitas pecinta kopi asli Gayo aceh.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Jenis – Jenis Kopi Gayo .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Gayo Peaberry .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Gayo Special .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Gayo Wine .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Gayo Natural .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Gayo Abbyssinia .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6. Gayo bourbon .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. Demografis Pengunjung .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
G. Struktur Organisasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Owner.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Pemilik yang bertanggung jawab jalannya warung kopi gayo terhadap brewer.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Brewer.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Bertanggung jawab dengan semua produk biji kopi yang akan disajikan kepada konsumen warung kopi Gayo Ngopi. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
G. Positioning Warung Kopi Gayo Ngopi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Strategi CRM .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Proses Pembuatan Strategi di Warung Kopi Gayo Ngopi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Fact Finding .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Planning .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Actuating & Communicating .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Implementasi pendekatan CRM .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. evaluating.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Pelaksanaan Strategi CRM Gayo Ngopi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.	<b>Evaluasi pelaksanaan strategi Warung kopi gayo ngopi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. 4	<b>Prinsip Pemasaran Gayo Ngopi dalam Customer Relationship Management</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	<b><i>Relationship</i> terhadap konsumen.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	<b><i>Retention</i> dalam mempertahankan konsumen....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	<b><i>Refferal</i> konsumen .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.	<b><i>Recovery</i> pelayanan.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D.	<b>Menjaga Kepuasan Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	<b><i>Repeat purchase behavior</i> .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	<b><i>Word of mouth</i> .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	<b><i>Period of usage</i> .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.	<b><i>Price tolerance</i> .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENUTUP	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.	<b>Saran.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>