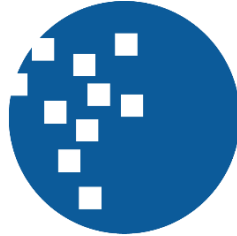


**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* SOSITI
COFFEE DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

KELVIN TRIANTOVEL

00000042878

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* SOSITI
COFFEE DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Kelvin Triantovel

00000042878

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Kelvin Triantovel
NIM : 00000042878
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* SOSITI COFFEE DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 17 Mei 2024



Kelvin Triantovel

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS*
SOSITI COFFEE DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN**

Oleh

Nama : Kelvin Triantovel
NIM : 00000042878
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 27 Mei 2024

Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Agus Kustiwa, S.Sos, M. Si.,
0318118203

Penguji



Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.kom., M.Comm.
0317089201

Pembimbing



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.11
16:32:35 +0700

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M. Si.
0304078404

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.11
16:32:50 +0700

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M. Si.

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kelvin Triantovel
NIM : 00000042878
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Strategi *Marketing Public Relations* Sositi
Coffee dalam Mempertahankan
Loyalitas Pelanggan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- o Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 17 Mei 2024



Kelvin Triantovel

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga laporan skripsi yang berjudul “Strategi Marketing Public Relations Sositi Coffee dalam Mempertahankan Loyalitas” dapat diselesaikan.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu tahap akhir dalam menyelesaikan pendidikan tingkat sarjana di Universitas Multimedia Nusantara dengan Program Studi Ilmu Komunikasi. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) dalam bidang Ilmu Komunikasi.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Lekono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Andrey Andoko, M.sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dan juga pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
4. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral, dan kepercayaan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menginspirasi dan berguna bagi pembaca sehingga dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian berikutnya.

Tangerang, 17 Mei 2024



Kelvin Triantovel

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS SOSITI COFFEE DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS

PELANGGAN

Kelvin Triantovel

ABSTRAK

Bisnis *cafe* telah menjadi fenomena yang menjamur di sekitar. *Cafe* tidak lagi hanya menjadi tempat untuk minum kopi atau teh, melainkan dapat menjadi pusat kegiatan sosial, tempat bekerja, dan lokasi pertemuan bisnis. Penting bagi suatu *cafe*, khususnya Sositi Coffee dalam mempertahankan loyalitas pelanggan lewat *marketing public relations* agar tetap bertahan dalam persaingan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing public relations* yang digunakan oleh Sositi Coffee dalam membangun loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan cara kualitatif deskriptif dengan paradigma post-positivis. Data penelitian diperoleh melalui observasi, dokumentasi dan wawancara terhadap narasumber dan informan ahli. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model *seven steps strategy* milik Thomas L. Harris dan *three ways strategy* milik Philip Kotler. Penelitian kualitatif dengan pendekatan metode studi kasus ini dilaksanakan agar dapat memperoleh data yang komprehensif dan valid melalui wawancara dengan manager operasional Sositi langsung dan informan ahli sebagai subjek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengimplementasian kegiatan *marketing* seturut dengan konsep *seven step strategy* menurut Thomas. L Harris. Hasil temuan berikutnya adalah adanya penerapan konsep *three ways strategy* menurut Philip Kotler dari Sositi dengan mengadakan kegiatan *event*, berkolaborasi, dan bekerja sama dengan layanan *e-commerce* sebagai strategi *push*, *pull*, dan *pass*. Sositi Coffee juga sudah menerapkan taktik berupa *business corner* sebagai upaya dalam membangun loyalitas pelanggan. Keseluruhan dari penerapan kegiatan pemasaran Sositi Coffee dinilai sudah seturut dengan konsep dan dapat membangun loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Seven Steps Strategy Planning, Three Ways Strategy, Marketing Public Relations, Loyalitas pelanggan*

SOSITI COFFEE'S MARKETING PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN BUILDING CUSTOMER LOYALTY

Kelvin Triantovel

ABSTRACT

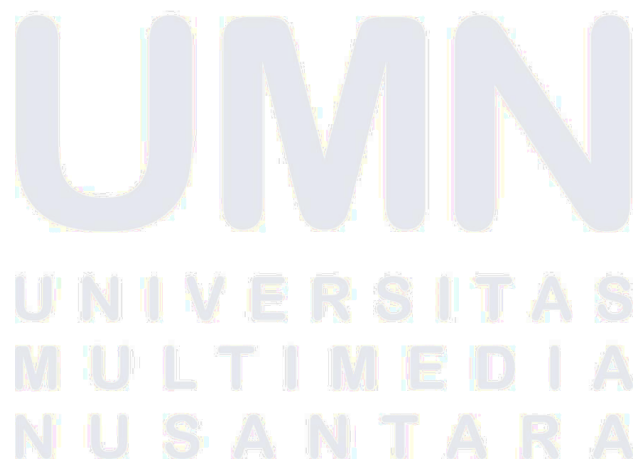
The cafe business has become a phenomenon that is mushrooming all around. Cafes are no longer just a place to drink coffee or tea, but can be a center for social activities, a place to work, and a location for business meetings. It is important for a cafe, especially Sositi Coffee, to maintain customer loyalty through marketing public relations in order to survive in business competition. This research aims to determine the marketing public relations strategy used by Sositi Coffee in building customer loyalty. This research was conducted using a descriptive qualitative method with a post-positivist paradigm. Research data was obtained through observation, documentation and interviews with sources and expert informants. The concept used in this research uses Thomas L. Harris's seven steps strategy model and Philip Kotler's three ways strategy. This qualitative research using a case study method approach was carried out in order to obtain comprehensive and valid data through interviews with direct Sositi operational managers and expert informants as research subjects. The results of this research indicate that there is implementation of marketing activities in accordance with the seven step strategy planning concept according to Thomas. L Harris. The next finding is the application of the three ways strategy concept according to Philip Kotler from Sositi by holding events, collaborating and collaborating with e-commerce services as a push, pull and pass strategy. Sositi Coffee has also implemented tactics in the form of a business corner as an effort to build customer loyalty. The overall implementation of Sositi Coffee's marketing activities is considered to be in line with the concept and can build customer loyalty.

Keywords: *Seven Steps Strategy Planning, Three Ways Strategy, Marketing Public Relations, Customer Loyalt*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	8
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan	9
2.3 Alur Penelitian	7
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	8
3.1 Paradigma Penelitian	8
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	8
3.3 Metode Penelitian	8
3.4 Key Informan dan Informan	10
3.5 Teknik Pengumpulan Data	10
3.6 Keabsahan Data	13
3.7 Teknik Analisis Data	13

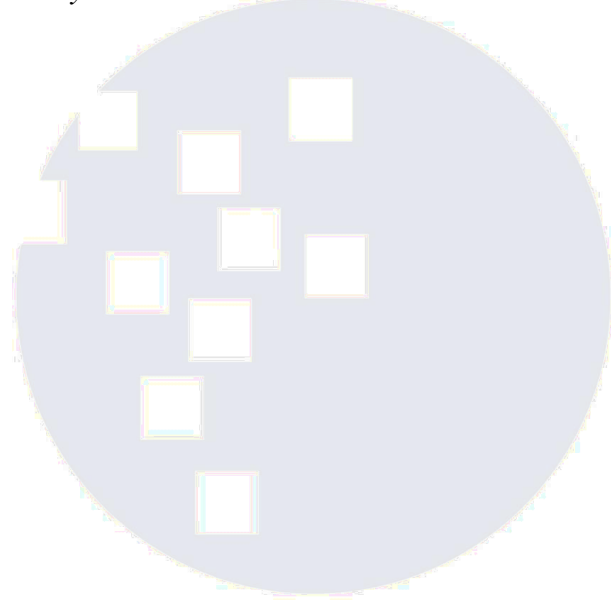
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	17
4.1 Subjek/Objek Penelitian	17
4.2 Hasil Penelitian	19
4.3 Pembahasan	19
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	40
5.1 Simpulan.....	40
5.2 Saran.....	41
5.2.1 Saran Akademis	41
5.2.2 Saran Praktis.....	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	45



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....18

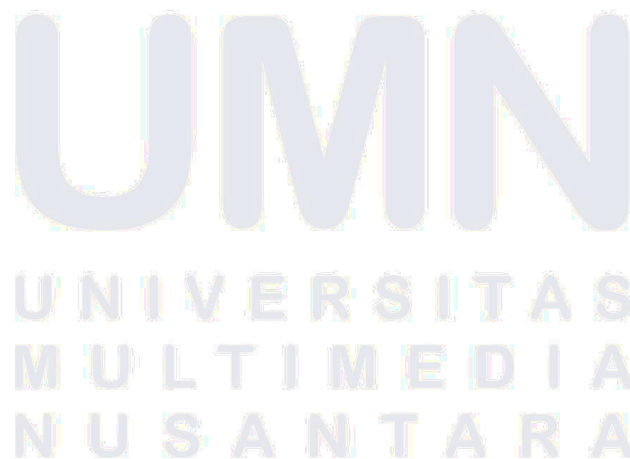
Tabel 4.1 SWOT *Anaylis*58



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

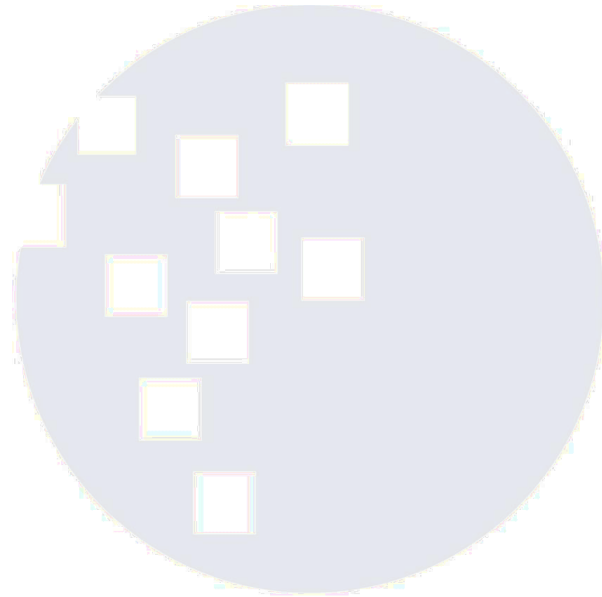
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil data survei perilaku masyarakat terhadap kopi.....	2
Gambar 1.2 Fasilitas coffee shop yang dicari	3
Gambar 1.3 Data hasil pendapatan penjualan di bisnis kopi.....	4
Gambar 1.4 Logo Sositi	7
Gambar 2.1 The Whalen Seven Step Strategic Planning Process.....	26
Gambar 4.1 Pilihan biji kopi Buna <i>Blend</i> dan Sositi <i>Blend</i>	35
Gambar 4.2 Sositi memilih layanan e-commerce Shopee.....	43
Gambar 4.3 Sositi menggunakan layanan e-commerce Tokopedia	44
Gambar 4.4 Poster voucher student card id.....	45
Gambar 4.5 Poster anniversary event Sositi berkolaborasi dengan Sweetooth	46
Gambar 4.6 Poster cupping event Sositi dengan Roemah Koffie	47
Gambar 4.7 Publikasi Sositi di media sosial Instagram	49
Gambar 4.8 Publikasi Sositi di media sosial Tiktok	49
Gambar 4.9 Publikasi media promotion Sositi lewat platform web.....	51
Gambar 4.10 Poster kolaborasi Sositi dengan Waktunya Bernyawa	52
Gambar 4.11 Poster program free flow snack Sositi.....	53
Gambar 4.12 Poster event Judges Bar Shift.....	54
Gambar 4.13 Data penjualan Sositi 4 – 9 Mei	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Tabel Pedoman Wawancara Narasumber	61
Lampiran A Tabel Pedoman Wawancara Informan Ahli.....	63
Lampiran B Transkrip Wawancara Narasumber.....	45
Lampiran B Transkrip Wawancara Informan Ahli	76
Lampiran B Turnitin	



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA