



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**ANALISIS PERANAN BARISTA SEBAGAI
PERSONAL SELLER UNTUK
MENCIPTAKAN CUSTOMER
ENGAGEMENT**
**(Studi Kasus Starbucks Coffee Binus
University Alam Sutera)**

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

PRIMADIANTI PURBANDINI

13140110236

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC
RELATIONS**
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**
2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Analisis Peranan Barista sebagai Personal Seller Untuk Menciptakan Customer Engagement (Studi Kasus Starbucks Coffee Binus University Alam Sutera)”
oleh

Primadianti Purbandini

Telah diujikan pada hari Kamis, tanggal 2 November 2017, pukul 14.00 s.d. 16.00 dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Cheryl Pricilla Bensa, S.I.Kom., M.A.

Penguji Ahli

Asep Sutresna, M.A.

Dosen Pembimbing

Yudhie Setiawan, M.Si.

Disahkan oleh
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN

Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan skripsi ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka.

Jika nanti di kemudian hari terbukti ditemukan kecuanangan/penyimpangan baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Oktober 2017



Primadianti Purbandini

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur selalu penulis panjatkan ke penulis kepada Allah SWT karena telah memberikan rahmat serta kemudahan di berbagai rintangan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis *Personal Selling* di *Service Sector* Melalui Barista Starbucks Coffee Binus Alam Sutera Dalam Menciptakan *Customer Engagement*”. Skripsi ini ditulis sebagai persyaratan penulis dalam memperoleh gelar Strata 1 Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Multimedia Nusantara.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis berhasil menyelesaiannya dengan banyak dukungan, masukan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Yudhie Setiawan, M.Si. selaku dosen pembimbing yang pembimbing penulis dengan penuh kesabaran serta memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini
2. Inco Hary Perdana, S.I.Kom, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
3. Kedua orang tua penulis, Ir. R. Irnata Abitama dan Ir. Dwimaya Prihandini yang tidak henti-hentinya memberikan doanya serta mendukung proses penyusunan skripsi ini. Serta adik penulis Mahardika Dwiputra yang selalu menjadi menjadi tempat penulis berkeluh kesah dan yang memberikan semangat.

4. Sri Utami dan Rr. Soemiasih Irawan selaku Eyang Putri dari penulis yang selalu mendoakan agar cucu perempuannya diberi kemudahan dan kelancaran.
5. Garry Augusta, Setiana Hendratno, Vania Joewono dan Hery Kurniawan yang bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini.
6. R. Moch. Ananda Sufyan Kurniawan, yang senantiasa sabar dan setia dalam memberikan dukungan dan semangat ketika penulis sedang melewati masa-masa yang sulit serta bersedia meluangkan waktu untuk menemani dan memberikan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Nadya Rizkita Maulidina, Diandra Primarani dan Nibras Dhia sahabat yang selalu siap untuk menjadi tempat berkeluh kesah dan memberi dukungan ketika penulis mengalami masa yang sulit dan menyemangati penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Daniella Jeslynn, Rizky Aulia Dwiyanti, Dea Anidatil Sukma, Vanieka Khoirunnisa, Stefan Tamaela-Wattimena, Alma Fadhilah, Andria Hanifaputri, Priska Pavita Astasari, Galuh Amaranggana, Alyssa Primandaru, Sheila Annisa, Rangga Saputra, Cherrie Ling Jillyn, Inseon Jung, Jina Kim, Dongwoon Jang, Yong Choi, dan teman dekat penulis lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu
9. Wira, Kiki, Pipien, Amel, Ovi, Dira, Naura, Elva, Edo, Ridwan, Carter, Luthfan, Fano, Desy, Alfi, Aldi, Calvin, Bram, Michelle, Nia, Putri, Arry, Kevin, Tita, Angelina, Aldi, Adit, Puput, Natasha, dan segenap partner

Starbucks Coffee Distrik Alam Sutera dan BSD dan regular customers Starbucks Coffee Binus Alam Sutera yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah menjadi teman, pemberi dukungan dan penyemangat sehari-hari selama proses penyelesaian skripsi ini.

10. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan dengan skripsi ini dan memberikan ilmu pengetahuan yang berguna.

Tangerang, 13 Oktober 2017



Primadianti Purbandini

ANALISIS PERANAN BARISTA SEBAGAI PERSONAL SELLER UNTUK MENCIPTAKAN CUSTOMER ENGAGEMENT (STUDI KASUS STARBUCKS COFFEE BINUS UNIVERSITY ALAM SUTERA) ABSTRAK

Oleh: Primadianti Purbandini

Dalam bisnis *coffeshop*, *personal selling* memiliki peran yang penting untuk menarik hati *customer* melalui proses kustomisasi dan menjadikannya sebagai *customer* yang puas dan loyal. *Personal selling* dalam kategori bisnis ini membantu untuk membangun adanya interaksi personal dari barista terhadap *customer*. Judul skripsi ini adalah “Analisis Peranan Barista sebagai Personal Seller Untuk Menciptakan Customer Engagement (Studi Kasus Starbucks Coffee Binus University Alam Sutera)”.

Tujuannya adalah untuk mengetahui peran barista sebagai personal seller untuk menciptakan *customer engagement* di Starbucks Coffee Binus University Alam dalam kegiatan operasional serta interaksi dengan para *customer* di Starbucks Coffee Binus University Alam Sutera sehari-hari. Metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu studi kasus dengan pendekatan kualitatif dan tipe deskriptif untuk melakukan pembahasannya. Hal ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mengelola dan menganalisis sehingga data yang dihasilkan bersifat kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa barista memiliki peran yang besar sebagai *personal seller* guna untuk mengedukasi *customer* mengenai produk serta membangun hubungan yang baik dengan *customer* sehingga berawal dari proses *personal selling* ini dapat membantu terciptanya *customer engagement*. Simpulan proses *personal selling* yang dilakukan oleh barista sebagai *personal seller* tidak hanya dilakukan pada saat pendekatan pertama kali dengan *customer* baru, namun juga terus dilakukan kepada *customer* yang sudah memiliki ikatan dan loyal dengan Starbucks Coffee Binus University Alam Sutera agar hubungan baik dengan customer terus terjaga untuk jangka panjang.

Kata Kunci:

Analisis, peran, personal selling, customer engagement

THE ANALYSIS ON THE ROLE OF BARISTA AS A PERSONAL SELLER IN ESTABLISHING CUSTOMER ENGAGEMENT (CASE STUDY ON STARBUCKS COFFEE BINUS UNIVERSITY ALAM SUTERA) ABSTRACT

By: Primadianti Purbandini

In the coffeeshop industry, personal selling plays an important role in attracting customers through the process of customization and thus resulting in a satisfied and loyal customer. Personal selling in this business category can help to establish personal interactions between the barista and the customers. This undergraduate thesis is titled "The Analysis on The Role Of Barista as A Personal Seller to Create Customer Engagement (Case Study on Starbucks Coffee Binus University Alam Sutera)".

The purpose of this research is to further discover the role of a barista as a personal seller to establish customer engagement at Starbucks Coffee Binus University Alam Sutera through its operational activities as well as interactions done with the customers on a daily basis. The methods used in this research is case study with a qualitative approach dan descriptive thorough this assessment. This is done in order to gather, manage and analyze the date so the result is deemed qualitative.

The result of this research has shown that a barista plays an important role as a personal seller through its purpose to educate the customers about the products as well as establishing good relations with the customers. All of these started from the very first stages of the personal selling process until customer engagement itself is established. The conclusion is, not only does the barista as a personal seller implement the personal selling process in their initial approach to new customers, but this is also done to regular customers that have established bonds and are loyal to Starbucks Coffee Binus University Alam Sutera as an effort to maintain good relations with their customers in the long run.

Keywords:

Analysis, role, personal selling, customer engagement

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR PUSTAKA	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KERANGKA TEORI DAN KONSEP	10
2.1 Penelitian Sejenis	10
2.2 Kerangka Konsep	14
2.2.1. Marketing Communication	14
2.2.2. Service Marketing Mix	18
2.2.3 Personal Selling	22
2.2.4 Proses Personal Selling	24
2.2.5 Internal Communications	28
2.2.6 Service Sector	31
2.2.7. Customer Engagement	33
2.2.8 Customer-Centric Culture	37
2.2.11 Five-Stage Model of Consumer Decision-Making Process	38
2.3 Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian	43
3.2. Metode Penelitian	44
3.3. Key Informan dan Informan	45
3.4. Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1 Data Primer	46
3.4.2 Data Sekunder	47
3.5 Keabsahan Data	48
3.6 Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1. Gambaran Perusahaan	51

4.1.1 Logo Perusahaan	51
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	53
4.1.2.1. Visi	53
4.1.2.2. Misi	54
4.1.2.3. Prinsip Dasar Starbucks Experience.....	55
4.1.2.4. The Five Ways of Being.....	57
4.1.3 Struktur Organisasi	65
4.2 Hasil Penelitian.....	69
4.3 Pembahasan	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Simpulan.....	91
5.2 Saran	93
5.2.1 Saran Akademis.....	93
5.2.2 Saran Praktis.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

The logo of UMN (Universitas Muhammadiyah Nusa Tenggara) is displayed. It consists of the letters 'U', 'M', 'N' in a bold, stylized font, all in a light blue color.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu13



UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Edelman	6
Gambar 2.1 Services Marketing Mix	28
Gambar 2.2 Seven Steps of Personal Selling Process	36
Gambar 4.1 Logo Starbucks Coffee	62
Gambar 4.2 5 Ways of Being	68
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Starbucks Coffee Binus Alam Sutera	76

