

**MINAT *CUSTOMER* MENGUNJUNGI STARBUCKS COFFEE DI PLAZA  
FESTIVAL DALAM PERSPEKTIF *CUSTOMER RELATIONSHIP*  
*MANAGEMENT***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**EKA NUGRAHA**

**1131003038**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2017**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan secara benar.**

**Nama : Eka Nugraha**

**NIM : 1131003038**

**TandaTangan : **

**Tanggal : 14 September 2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

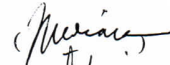
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Eka Nugraha  
NIM : 1131003038  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : **Ekonomi dan Ilmu Sosial**  
Judul Skripsi : *Minat Customer Mengunjungi Starbucks Coffee di Plaza Festival Dalam Perspektif Customer Relation Management*

Telah berhasil di pertaruhkan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian pesyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1: Mirana Hanatashia, S.Sos, MMediaPrac



Pembimbing 2 : Ari Kurnia M.Ikom



Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si



Penguji 2 : Dr. Tuti Widiastuti M.Si



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 September 2017

## UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji, syukur, dan terimakasih sebanyak-banyaknya penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-NYA, penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Minat *Customer* Mengunjungi *Starbucks Coffee* di Plaza Festival Dalam Perspektif *Customer Relation Management*”. Dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, tentunya tidak lepas dari pihak-pihak yang telah membantu, memberi dukungan baik melalui motivasi, bimbingan, atau saling bertukar pikiran. Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketiga Orang Tua peneliti, Papa, Mama, dan Mama peneliti yang selalu mendukung peneliti apapun itu, selalu menasehati yang terbaik untuk penulis dan selalu mendoakan peneliti agar dimudahkan didalam segala urusan.
2. Ibu Ari Kurnia, M.Ikom selaku pembimbing, yang selalu memberikan saran dan membimbing peneliti dengan baik dan bijak. Terima kasih atas waktunya Ibu Ari, semoga lancar kehamilannya dan lancara persalinannya nanti. Mudah-mudahan nanti Skripsi ini bisa dibaca sama anak Ibu ya. Amin.
3. Ibu Mirana Hanathasia, S,Sos.MMediaPrac, selaku pembimbing peneliti juga. Terima kasih atas bimbingannya walaupun tidak penuh dengan ibu bimbingannya tapi setidaknya peneliti bisa curhat dengan Ibu Mira.
4. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi yang paling cantik dan kece, yang selalu mendengarkan dan membantu keluh kesah peneliti pada akhir-akhir kelulusan ini. Terima kasih banyak Ibu Yanti, semoga ibu sehat selalu dan cepat sembuh.
5. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si penguji peneliti sekaligus dosen yang paling seru, selalu memberikan masukan kepada peneliti apa yang harus peneliti lakukan.

6. Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos,M,Si, selaku penguji peneliti yang paling sabar menyarankan dan membantu penliti dalam melakukan penelitian dengan sangat bijak dan *humble*.
7. Ibu Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si, selaku Pembimbing Akademik peneliti yang paling cantik dan senantiasa menemani perkuliahan hingga pada akhir Skripsi ini selalu menemani dan menyaksikan proses perjalanan perkuliahan peneliti.
8. Bagian Biro Administrasi Akademik yang selalu membantu perkuliahan peneliti dari Semester 1 hingga Skripsi ini selesai. Yang membantu masaalah-masalah diakhir perjuangan peneliti menuju kelulusan ini #nomoredrama
9. Keluarga saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada peneliti.
10. Sahabat-sahabat penulis yang senantiasa selalu bersama dan ada juga yang mendukung dari jauh, berbagi keluh dan kesah dan berjuang bersama dalam Skripsi ini. Walaupun ada beberapa sahabat peneliti yang belum bisa lulus bareng, ini hanya perbedaan waktu saja, bukan keberuntungan kita sukses bareng-bareng,
11. Komunal 13 yang peniliti sayangi, terimakasih kita telah berjuang dari semester 1 semoga kita sukses dijalan kita masing-masing.
12. Dan Seluruh pihak-pihak yang telah membantu peneliti yang mohon maaf tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis selama ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi masyarakat luas dan dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Nugraha  
NIM : 1131003038  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneklusif (Non-Exclusive Royaty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

*Minat Customer Mengunjungi Starbucks Coffee di Plaza Festival (Studi Kasus Pada Pelanggan Starbucks Coffee)*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Agustus 2017

Yang menyatakan,

Eka Nugraha

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Nugraha  
NIM : 1131003038  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

*Minat Customer Mengunjungi Starbucks Coffee di Plaza Festival (Studi Kasus Pada Pelanggan Starbucks Coffee)*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 14 Agustus 2017

Yang menyatakan,  
Eka Nugraha



**MINAT *CUSTOMER* MENGUNJUNGI *STARBUCKS COFFEE*  
DI PLAZA FESTIVAL DALAM PERSPEKTIF *CUSTOMER RELATION  
MANAGEMENT***

**Eka Nugraha**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Minat *Customer Starbucks Coffee* di Plaza Festival, Jakarta. Penelitian ini membahas tentang bagaimana minat dari pelanggan *Starbucks Coffee* untuk mengunjungi *Starbucks Coffee* dilihat dari Perhatian, Keinginan, dan Daya Tarik pada *Customer Starbucks Coffee*.

**Tipe** Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Proses pemilihan informan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Informan pada penelitian ini berjumlah enam orang. Selain itu, teknik pengumpulan data dengan wawancara secara mendalam, dokumentasi, study kepustakaan dan pencarian data di internet.

Hasil penelitian diperoleh bahwa Minat *Customer* dilihat dari Perhatian yang diberikan oleh *Customer Starbucks Coffee* kemudian dengan munculnya Keinginan yang ditimbulkan dari *Customer* untuk mengunjungi *Starbucks Coffee* menjadi bagian penting dalam penelitian ini, dan disambung dengan Daya Tarik yang merupakan esensi dari *Starbucks Coffee* yang ditimbulkan untuk menarik *Customer* untuk mengunjungi dan membeli produk-produk yang ditawarkan.

Kesimpulan Minat *Customer* untuk mengunjungi *Starbucks Coffee* di Plaza Festival terbilang cukup intensif dengan jumlah pengunjung yang cukup banyak dalam setiap harinya

Saran peneliti, sebaiknya pihak perusahaan mampu memfasilitasi kembali interior *Starbucks Coffee* agar dapat memanjakan *Customer* lebih baik lagi.

**Kata Kunci :** Minat *Customer*, Mengunjungi, *Starbucks Coffee*.



**MINAT *CUSTOMER* MENGUNJUNGI *STARBUCKS COFFEE*  
DI PLAZA FESTIVAL DALAM PERSPEKTIF *CUSTOMER RELATION*  
*MANAGEMENT***

**Eka Nugraha**

---

**ABSTRACT**

This Research intend to acknowledge Customer Interest to visit Starbucks Coffee at Plaza Festival. This research discussing mainly about how Customer Interest. This research uses qualitative approach with research design that's being used is case studies. The election process of informant uses purposive sampling technique. Informant in this research is filled by six person. In addition,data collection technique with interviews, literature study, and internet searching.

The result that's been obtained is that Customer Interest to Starbucks Coffee at Plaza Festival can be seen from how Starbucks Coffee at Plaza Festival treat their customer with friendly gesture and all interesting stuff that Starbucks has to offer to the customer.

The Attractiveness of Starbucks Coffee itself is very wide and can make many people attracted by the company especially people who loves coffee, Also The Attention that customer gave to Starbucks Coffee become one of many factor in this research, and Customer desire also become the most important part for this research .

The conclusion of this research is that Customer Interest reflected on how Starbucks Coffee is aside from it's popularity but also other stuff that support why starbucks coffee become some people first choice when it comes to enjoy a cup of coffee, so the result is many people came to Starbucks Coffee in Plaza Festival.

Researcher suggest that the company should be capable make improvement in regards to the coffee shop itself so people can feel more comfortable and many more will come to Starbucks Coffee at Plaza Festival.

**Keywords :** Customer Interest, Visiting, Starbucks Coffee

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
UNGKAPAN TERIMAKASIH .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ...	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
<b>BAB I: PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.1.1 Tinjauan Terdahulu .....	8
2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi .....	15
2.1.2.1 <i>Public Relations</i> .....	15

2.1.2.2 <i>Customer Relationship Management</i> .....	18
2.1.2.3 Tinjauan <i>Customer</i> .....	22
2.1.2.4 <i>Consumer Relations</i> .....	23
2.1.2.5 Tinjauan Minat .....	23
2.1.2.6 <i>Membership Card</i> .....	25
2.2 Kerangka Pemikiran .....	26

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN .....29**

3.1 Metode Penelitian .....	29
3.2 Objek Penelitian .....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.1 Studi Lapangan .....	36
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	36
3.4.1 Definisi Konseptual .....	37
3.4.2 Definisi Operasional.....	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	41
3.7 Lokasi Penelitian.....	43
3.8 Waktu Penelitian.....	43

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....44**

4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian .....	44
4.1.1 <i>Starbucks</i> di Indonesia .....	44

4.1.2	Visi dan Misi .....	46
4.1.3	<i>Customer Starbucks Coffee</i> .....	50
4.2	Temuan dan Penelitian .....	52
4.2.1	<i>Starbucks Card</i> dan <i>Tumbler Starbucks</i> .....	52
4.2.2	Tahapan Minat dalam <i>Starbucks Coffee</i> .....	55
4.2.3	Tahapan Customer Relationship Management .....	62
4.3	Pembahasan .....	65
4.3.1	Minat <i>Customer</i> Mengunjungi <i>Starbucks Coffee</i> .....	65
4.3.2	Proses CRM dari <i>Customer</i> terhadap Starbucks .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....		<b>71</b>
5.1	Simpulan .....	71
5.2	Saran .....	72
5.2.1	Saran Akademis .....	72
5.2.2	Saran Praktis .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>74</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Tabel Penelitian Terdahulu.....	9
<b>Tabel 3.1</b> Tabel Informan .....	33
<b>Tabel 3.2</b> Tabel Operasionalisasi Konsep .....	38

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> <i>Starbucks Card</i> .....	4
<b>Gambar 1.2</b> <i>Tumbler Starbucks Coffee</i> .....	5
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	33
<b>Gambar 4.2</b> <i>Starbucks Card</i> .....	71

**DAFTAR LAMPIRAN**

**TRANSKRIP WAWANCARA.....76**