

ANALISIS *CUSTOMER EXPERIENCE* DI KEDAI KOPI KAWA WAHIDIN

JAKARTA SELATAN

(Studi Kasus pada Mahasiswa Minang Universitas Bakrie)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

ARIFIN SYUKRA

1141003057

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2020

HALAMAN PERYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Arifin Syukra

Nim : 1141003057

Tanda tangan:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Arifin Syukra', written over a horizontal line.

Tanggal : 8 Oktober 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Arifin Syukra

NIM : 1141003057

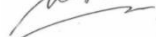
Program Studi: Ilmu Komunikasi

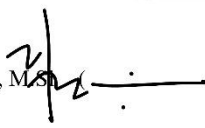
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : Analisis Customer Experience di Kedai Kopi Kawa Wahidin Jakarta Selatan (Studi Kasus pada Mahasiswa Minang Universitas Bakrie)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si ()

Penguji 1 : Dr. Aryo Subarkah Eddyono, M.Si ()

Penguji 2 : Eli Jamilah Mihardja, Ph. D ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 8 Oktober 2020

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “**Analisis Customer Experience Di Kedai Kopi Kawa Wahidin**” terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Terima kasih penulis ucapkan kepada :

1. Kedua orang tua penulis, ayahanda tercinta Yoneswan dan ibunda tersayang Evi Nelfita yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material serta doa yang tiada henti-hentinya.
2. Segenap keluarga dan teman yang telah menyemangati dan membantu penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
4. Ibu Tuti Widiastuti M, Si selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun skripsi dan memberikan banyak ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
5. Mas Dr. Aryo Subarkah Eddyono, M.Si selaku dosen penguji yang senantiasa memberikan ilmu, masukan, semangat dan bimbingan selama penulis membuat tugas akhir ini.
6. Ibu Eli Jamilah Mihadja, Ph. D selaku dosen pembimbing laporan magang dan dosen penguji yang senantiasa memberikan masukan, ilmu, semangat dan bimbingan selama penulis membuat laporan magang dan tugas akhir ini.
7. Mas Erwin Airlangga, selaku dosen Akademik yang senantiasa memberi ilmu, semangat, dorongan, motivasi, juga memberi nasehat selama penulis menjalankan masa perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Seluruh Bapak/Ibu dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.

9. Seluruh staf dan karyawan Universitas Bakrie yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
10. Handri Maldi, selaku salah satu pemilik dari Kedai Kopi Kawa Wahidin yang telah bersedia diwawancarai untuk penulis melakukan penelitian Tugas Akhir ini.
11. Hamdi, Asyraf, Andre, Ridwan, Fauzi selaku teman dan informan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
12. Seluruh Marcomm 2014 yang menjadi tempat penulis belajar dan bertumbuh selama masa perkuliahan, juga penyemangat dan motivasi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Komunal 2014, selaku keluarga, teman, yang telah menjadi keluarga selama perkuliahan penulis yang telah memberikan kenangan, motivasi, dan pembelajaran selama masa perkuliahan sampai penyelesaian Tugas Akhir ini.
14. Paguyuban Rang Mudo Minang, selaku keluarga, teman, saudara Minang di Jakarta yang menjadi tempat bagi penulis tumbuh dan berkembang yang selalu mengisis hari-hari menjadi sangat menyenangkan selama masa perkuliahan sampai penyelesaian Tugas Akhir ini.
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis sangat menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun agar nantinya dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Demikian, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Penulis,

Arifin Syukra

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Arifin Syukra
NIM : 1141003057
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 Nonekslusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Analisis *Customer Experience* di Kedai Kopi Kawa Wahidin Jakarta Selatan (Studi Kasus pada Mahasiswa Minang Universitas Bakrie)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif 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 : 8 Oktober 2020

Yang menyatakan,



Arifin Syukra

**ANALISIS *CUSTOMER EXPERIENCE* DI KEDAI KOPI KAWA WAHIDIN
JAKARTA**

Arifin Syukra

ABSTRAK

Sejak dahulu warung kopi tidak hanya menjadi tempat untuk menghabiskan waktu sambil menikmati secangkir kopi, tetapi juga sebagai tempat bertemu untuk saling berbagi informasi mengenai kondisi lingkungan sekitar. Barlow dan Maul dalam Kartajaya (2006:95) menyatakan saat ini banyak pelanggan tidak hanya membutuhkan pelayanan atau produk berkualitas tinggi, melainkan juga *experience* atau pengalaman positif, yang secara emosional sangat menyentuh dan *memorable*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 3 dari 5 kategori *experience* paling dirasakan oleh kelima informan dari mahasiswa Minang Universitas Bakrie yaitu indikator *sense experience*, *feel experience*, dan *think experience*. Adapun kategori *relate experience* yang kurang dirasakan oleh kelima informan mahasiswa Minang Universitas Bakrie. Hal tersebut diketahui karena ketiga kategori pengalaman yang paling dirasakan tersebut yang mendorong motivasi mahasiswa Minang Universitas Bakrie untuk datang kembali ke Kedai Kopi Kawa Wahidin. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Minang Universitas Bakrie pada kedai kawa wahidin mendapatkan pengalaman yang positif dengan Kedai Kopi Kawa Wahidin.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Perilaku Konsumen, Kedai Kopi, Kopi Kawa, *Customer Experience*.

**ANALISIS *CUSTOMER EXPERIENCE* DI KEDAI KOPI KAWA WAHIDIN
JAKARTA**

Arifin Syukra

ABSTRACT

From the beginning cafe's aren't just places to enjoy to spend time while enjoying the coffee, but they are also places to gather and share information about the surrounding environment. Barlow and Maul in Kartajaya declared (2006:95) consumers nowadays not only need great service or high quality products, but also a positive consumer experience which touches them emotionally and is memorable. The results of this study indicate that 3 of the 5 categories of experience were most felt by the five informants from Minang students of Bakrie University, namely indicators of sense experience, feel experience, and think experience. As for the relate experience category that was not felt by the five informants of Minang student Bakrie University. This is known because the three categories of experience that are most felt are what motivate the Minang students of Bakrie University to come back to the Kawa Wahidin Coffee Shop. So it can be concluded that consumers at the Kawa Wahidin shop have a positive experience with the Kawa Wahidin Coffee Shop.

Keyword: marketing communication, consumer behaviour, coffee shop, kawa caffe, customer experience.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
2.1 Rumusan Masalah.....	6
2.2 Tujuan Penelitian.....	7
2.3 Manfaat Penelitian	7
2.3.1 Manfaat Akademis	7
2.3.2 Manfaat Praktis	8
BAB II.....	9
KERANGKA TEORITIS	9
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	9
2.4 Tinjauan Pustaka	29
2.4.1 Kedai Kopi.....	29
2.4.2 Komunikasi Pemasaran.....	30
2.4.3 Perilaku Konsumen.....	33
2.4.4 Customer experience	38
2.5 Kerangka Pemikiran	42
BAB III.....	44
METODOLOGI PENELITIAN.....	44
3.1 Metode Penelitian.....	44

3.2	Objek dan Subyek Penelitian	45
3.3.1	Sumber Data.....	46
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	47
3.4	Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	49
3.4.1	Definisi Konseptual.....	49
3.4.2	Operasional Konsep.....	50
3.5	Teknik Analisis Data	54
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data	55
3.7	Batasan dan Fokus Penelitian	56
BAB IV.....		58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Gambaran Objek Penelitian	58
4.1.1	Profil Kedai Kedai Kopi Kawa Wahidin.....	59
4.1.2	Produk Kedai Kopi Kawa Wahidin	61
4.1.3	Profil Informan.....	71
4.2	Hasil Penelitian.....	76
4.2.1	<i>Sense Experience</i>	78
4.2.2	<i>Feel Experience</i>	80
4.2.3	<i>Think Experience</i>	82
4.2.4	<i>Act Experience</i>	84
4.2.6	Temuan –Temuan Utama Hasil Penelitian.....	87
4.3	Pembahasan	88
4.3.1	Pembahasan Terkait dengan Teori <i>Customer Experience</i>	89
4.3.2	Pembahasan Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya Dalam Peneliti	97
4.3.3	Implikasi Yang Seharusnya Dilakukan Oleh Kedai Kopi Kawa Wahidin ke Depan	
	99	
BAB V.....		100
PENUTUP		100
5.1	Kesimpulan	100
5.2	Saran.....	102

5.2.1	Saran Akademis.....	102
5.2.2	Saran Praktis.....	102
	DAFTAR PUSTAKA.....	104

DAFTAR TABEL

Table 1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	12
Table 2 <i>Hirarki Tanggapan</i>	33
Table 3 Operasional Konsep	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran 43

Gambar 2 Logo Kedai Kopi Kawa Wahidin..... 60

Gambar 3 Nasi Dendeng Balado 61

Gambar 4 Nasi Ayam Balado..... 62

Gambar 5 Lontong Padang 62

Gambar 6 Soto Padang 63

Gambar 7 Nasi Goreng Padang..... 64

Gambar 8 Lontong Pical 64

Gambar 9 Pisang Kapik 65

Gambar 10 Indomie Padang 66

Gambar 11 Kawa Original..... 66

Gambar 12 Kawa Susu..... 67

Gambar 13 Teh Talua 68

Gambar 14 Kopi Milo 68

Gambar 15 Cappucino 69

Gambar 16 Milkshake..... 69

Gambar 17 Kopi Hitam..... 70

Gambar 18 Lemon Tea 70

Gambar 19 Teh Manis 71

Gambar 20 Hamdi Brilliant Konsumen Kedai Kopi Kawa Wahidin 72

Gambar 21 Andre Mulvi Konsumen Kedai Kopi Kawa Wahidin 72

Gambar 22 Ridwan Asih Nasution Konsumen Kedai Kopi Kawa Wahidin..... 73

Gambar 23 Asyraf Konsumen Kedai Kopi Kawa Wahidin 74

Gambar 24 Fauzi Friskan Konsumen Kedai Kopi Kawa Wahidin 75

Gambar 25 Handri Maldy Salah satu pemilik Kedai Kopi Kawa Wahidin 75

Gambar 26 Erwin Airlangga Triangulator Sumber 76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	107
Lampiran 2.....	111
Lampiran 3.....	115
Lampiran 4.....	118
Lampiran 5.....	121
Lampiran 6.....	124
Lampiran 7.....	125