

**ANALISIS *CUSTOMER EXPERIENCE* PADA *PELANGGAN*
KOPI TULI (KOPTUL)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**ERY ERIYANSYAH
1151003196**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS

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

Nama : Ery Eriyansyah

NIM : 1151003196

Tanda Tangan : 

Tanggal : 07 Juli 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ery Eriyansyah

NIM : 1151003196

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : *Analisis Customer Experience Pada Pelanggan Kopi Tuli (KopTul)*

Telah berhasil dipertaruhkan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian Persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Adrian Arditiar, S.Sos,M.I.Kom ()

Penguji 1 : Mochammad Kresna Noer, S.Sos, M.Si, Dr ()

Penguji 2 : Adek Risma Dedees, S.S, M.A, M.A ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 07 Juli 2021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Ery Eriyansyah
NIM : 1151003196
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 Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Fee Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Customer Experience Pada Pelanggan Kopi Tuli (KopTul)”

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 07 Juli 2021

Yang Menyatakan,



Ery Eriyansyah

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah Swt., karena saya masih diberikan kesehatan dan kesempatan untuk menyusun dan menyelesaikan Proposal Tugas Akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul “ **ANALISIS *CUSTOMER EXPERIENCE* PADA PELANGGAN KOPI TULI (KOPTUL)** “

Penyusunan Tugas Akhir ini disusun dalam rangka untuk memenuhi syarat dan sebagai tanda telah menyelesaikan masa Pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis membutuhkan waktu sekitar empat bulan yang penulisan memanfaatkan untuk melakukan pengumpulan data yang telah dibutuhkan. Melakukan studi pustaka yang diangkat sesuai dengan topik yang telah ditentukan dalam penelitian ini, melengkapi formulir yang dibutuhkan serta melakukan bimbingan konsultasi dengan dosen pembimbing Tugas Akhir

Pengalaman dan pengerjaan Proposal Tugas Akhir ini tidak akan berjalan dengan lancar berkat adanya dukungan dari orang-orang yang ikut membantu dan mendukung penulis. Dengan penuh rasa ketulusan hati dan terimakasih penulis, dengan penuh rasa ketulusan hati dan terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Ayah dan Ibu Penulis, yaitu Abdul Haq dan Ermawati yang sudah terus berusaha mendukung kegiatan penyusunan Tugas Akhir, yang selalu memberikan dukungan serta doanya dalam selama melakukan pembuatan Tugas Akhir.
2. Dra. Suharyanti, M.S.M. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang sudah membimbing dari awal perkuliahan.
3. Seluruh Dosen di Prodi Ilmu Komunikasi, Staff Akademik, Staff Perpustakaan dan seluruh civitas akademik Universitas Bakrie.
4. Adrian Arditiar S.Sos, M.I.Kom Selaku Dosen Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang sekaligus menjadi Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang terus sabar dan bijak dalam membimbing penulis selama masa bimbingan.

5. Teman – Teman nongkrong yaitu Eko, Bayu, Aji, Sony, Abie, Badi selalu menjadi penyemangat penulis selama di kuliah.
6. Nabila Maharani yang selalu sabar dan mendukung kegiatan penyusunan Tugas Akhir, yang selalu memberikan dukungan serta doanya dalam segala hal apapun.
7. Terima kasih kepada Owner Kopi Tuli dan Barista – Barista yang telah membantu dalam menyelesaikan data Laporan Tugas Akhir ini.
8. Kopi Tuli yang telah menjadikan sebagai tempat penelitian sekaligus tempat dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.
9. Teman-teman Marcomm 2015 yang telah mendukung dan memberikan masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir.
10. Komunal 2015 yang saling support satu sama lain demi kelancaran Tugas Akhir.
11. Dan seluruh kerabat yang telah berjasa dalam tugas akhir ini dan tidak bisa di ucapkan satu persatu.

Demikian Tugas Akhir ini dibuat, penulis berharap semoga laporan ini berguna untuk kedepannya.

Jakarta, 07 Juli 2021



Ery Eriyansyah

ANALISIS *CUSTOMER EXPERIENCE* PADA PELANGGAN KOPI TULI (KOPTUL)

Ery Eriyansyah

ABSTRAK

Membangun pengalaman pelanggan (*customer experience*) menjadi bagian penting dalam menciptakan adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi pelaku bisnis. Memberikan pelayanan yang unggul dan pengalaman yang unik kepada pelanggan merupakan sebuah kewajiban bagi setiap pelaku usaha sehingga pelanggan melakukan minat beli ulang. Keputusan pembelian merupakan salah satu aspek yang ada di dalam perilaku konsumen dan merupakan karakteristik dari komunikasi pemasaran. Di Indonesia sendiri sedang maraknya bisnis kedai kopi yang membuat para pemilik bisnis berlomba-lomba memberikan pengalaman yang unik dan menarik kepada pelanggan. Salah satunya adalah Kopi Tuli yang memberikan pengalaman unik belajar bahasa isyarat kepada para pelanggannya. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana *customer experience* pada pelanggan Kopi Tuli. Penelitian ini merupakan penelitian *kualitatif deskriptif* dimana dalam penelitian ini peneliti melihat pengalaman seperti apa yang dirasakan oleh pelanggan kedai Kopi Tuli yang dibagi menjadi 5 kategori *experience*, yaitu *experience in product*, *experience in environment*, *experience in loyalty communication*, *experience in customer service and social exchanged*, dan *experience in events*. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa *customer experience* yang paling dirasakan dari kelima informan adalah *experience in product*, *experience in environment*, *experience in customer service and social exchanged*. Pada *experience in event* tidak dirasakan oleh kelima informan karena para informan kurang tertarik dengan *event* yang diadakan oleh Kopi Tuli. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai perilaku konsumen dan pengalaman pelanggan sehingga menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam.

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

ANALISIS CUSTOMER EXPERIENCE PADA PELANGGAN KOPI TULI (KOPTUL)

Ery Eriyansyah

ABSTRACT

Building customer experience is an important part in creating customer satisfaction, which can provide benefits for creating customer loyalty and forming a word of mouth recommendation that is profitable for business people. Providing superior service and a unique experience to customers is an obligation for every business actor so that customers make repeat purchases. Purchasing decision is one of the aspects that exist in consumer behavior and is a characteristic of marketing communication. In Indonesia, the coffee shop business is booming, which makes business owners compete to provide unique and interesting experiences for customers. One of them is Kopi Tuli which provides a unique language learning experience to its customers. The purpose of this study was to find out how the customer experience of Kopi Tuli customers was. This research is a descriptive qualitative research where in this study the researcher looks at the experiences felt by Kopi Tuli shop customers which are divided into 5 experience categories, namely experience in products, experience in the environment, experience in loyalty communication, experience in customer service and social exchange. , and experience in events. The results of this study can be seen that the most perceived customer experience of the five informants is experience in the product, experience in the environment, experience in customer service and social exchange. The five informants did not feel the experience in the event because the informants were less interested in the events held by Kopi Tuli. From the results of this study, it is expected to provide an overview of consumer behavior and customer experience so that it becomes a reference material for further in-depth research.

Keyword: *Consumer behaviour, Coffee shop, Customer Experience.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Rumusan Masalah.....	7
1.2. Tujuan Penelitian.....	7
1.3. Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1. Manfaat Akademis.....	8
1.3.2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	9
2.1. Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....	9
2.2. Tinjauan Pustaka.....	22
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.2. <i>Customer Experience</i>	25
2.2. Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1. Metode Penelitian.....	31
3.2. Objek dan Subyek Penelitian.....	31
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1. Sumber Data.....	32
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4. Definisi Konseptual.....	35

3.5.	Teknik Analisis Data.....	38
3.6.	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	39
3.7.	Batasan dan Penelitian.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Gambaran Obyek dan Subyek Penelitian.....	42
4.1.1	Gambaran Obyek Penelitian.....	42
4.1.2	Gambaran Subyek Penelitian.....	44
4.2	Hasil Penelitian.....	48
4.2.1	<i>Customer experience</i> di <i>coffee shop</i> Kopi Tuli.....	49
4.3	Pembahasan.....	61
4.3.1	Indikator <i>Experience in Product, Experience in Environment, dan Experience in Customer Service and Social Exchanged Experience</i> , pada <i>Customer experience coffee shop</i> Kopi Tuli (KopTul) Depok.....	72
4.3.2	Indikator <i>Experience in Event pada Customer experience</i> Tidak Sesuai Dengan Pengalaman Pelanggan Coffee Shop Kopi Tuli (KopTul).....	74
BAB V PENUTUP.....		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	79
5.2.1	Saran Akademis.....	79
5.2.2	Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA		81
DAFTAR LAMPIRAN.....		82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	11
Tabel 2. 2 Tabel Hirarki Tanggapan.....	25
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Suasana Kopi Nako Depok.....	6
Gambar 1. 2 Arborea Cafe.....	6
Gambar 1. 3 Kopi Tuli Depok.....	7
Gambar 4. 1 <i>Coffee Shop</i> Kopi Tuli.....	44
Gambar 4. 2 Informan Labitta Khairunnisa.....	45
Gambar 4. 3 Informan Andito Rahmanda.....	46
Gambar 4. 4 Informan Topik Zaelani.....	46
Gambar 4. 5 Mohammad Adhika Prakoso Pemilik <i>Coffee Shop</i> Kopi Tuli.....	47
Gambar 4. 6 Triangulator Sumber.....	48
Gambar 4. 7 Produk <i>Coffee Shop</i> Kopi Tuli.....	53
Gambar 4. 8 Suasana <i>Coffee Shop</i> Kopi Tuli	54
Gambar 4. 9 Suasana <i>Coffee Shop</i> Kopi Tuli	55
Gambar 4. 10 Suasana <i>Coffee Shop</i> Kopi Tuli.....	57
Gambar 4. 11 Suasana <i>Coffee Shop</i> Kopi Tuli.....	58
Gambar 4. 12 Kegiatan <i>Coffee Shop</i> Kopi Tuli.....	59
Gambar 4. 13 <i>Coffee Shop</i> Kopi Tuli	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	79
Lampiran 2.....	85
Lampiran 3.....	87
Lampiran 4.....	91
Lampiran 5.....	94
Lampiran 6.....	98
Lampiran 7.....	10