

**STRATEGI CETROO COFFEE GRAND GALAXY CITY KOTA  
BEKASI DALAM MEMBANGUN *BRAND POSITIONING* DI MASA  
PANDEMI COVID-19**

**TUGAS AKHIR**

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



**JONATHAN MARTIN**

**1171003171**

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


**2021**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

Nama : Jonathan Martin

NIM : 1171003171

Tanda Tangan : 

Tanggal : 20 Agustus 2021

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini di ajukan oleh :

Nama : Jonathan Martin  
NIM : 1171003171  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Strategi Cetroo Coffee Grand Galaxy City Kota Bekasi Dalam  
Membangun *Brand Positioning* Di Masa Pandemi Covid-19

Telah berhasil dipertahankan di hadapan 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 : Dessy Kania, B.A., M.A., Dr**

(  )

**Penguji 1 : N. Rangga Wisesa, A.Md.Kom., S.I.Kom., M.I.Kom**

(  )

**Penguji 2 : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A**

(  )

**Di Tetapkan di : Jakarta**

**Pada Tanggal : 25 Agustus 2021**

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Penulis Mengucap Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas Berkah serta Perlindungan nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Cetroo Coffee Grand Galaxy City Kota Bekasi Dalam Membangun Brand Positioning Di Masa Pandemi Covid-19” dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan penelitian Tugas akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Dalam Penyusunan Tugas Akhir ini penulis membutuhkan waktu sekitar tiga bulan yang di manfaatkan peneliti untuk mengumpulkan data serta mencari referensi yang sesuai dengan topik yang di analisis dalam penelitian ini, dan penulis berharap hasil dari Penelitian ini dapat menjadi referensi baru kepada penulis lain nya di masa depan jika menggunakan topik yang tidak jauh berbeda serta penulis berharap Tugas Akhir ini dapat menjadi tambahan masukan kepada Perusahaan atau Subjek dan Objek dalam penelitian ini Yakni Cetroo Coffee Grand Galaxy City.

Pada proses Penyusunan Tugas Akhir ini peneliti mendapat banyak Pengalaman berharga serta Ilmu baru yang bermanfaat bagi peneliti untuk di masa depan, selain itu dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini pun terdapat halangan yang tidak dapat di hindari oleh peneliti karena itu peneliti sangat berterima kasih kepada Pihak-pihak yang sudah membantu Peneliti untuk selalu mendukung, membantu, serta mendoakan peneliti pada setiap hal yang berkaitan dengan Penyusunan Tugas Akhir ini hingga Peneliti dapat menuntaskan semua nya dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung kelancaran Penyusunan Tugas Akhir Ini, yang diantaranya adalah :

### **1. Tuhan Yesus**

Peneliti Mengucap Syukur atas segala berkat yang serta kemudahan yang sudah di berikan kepada peneliti selama dalam hidup hingga dapat menyelesaikan Proses Penyusunan Tugas Akhir ini. Puji Tuhan Peneliti mendapat kesempatan untuk dapat menyusun penelitian ini dengan tepat waktu. Berkah kehendak-Nya peneliti dapat menyelesaikan setiap Pekerjaan serta amanat yang di percayakan kepada peneliti serta dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan lancar.

## **2. Orang Tua**

Peneliti mengucapkan Terima Kasih yang sangat besar kepada Kedua Orang Tua Peneliti, untuk Mama dan Papa yang sudah menjadi sosok penting peneliti sampai pada tahap ini baik dalam Hidup maupun dalam Pendidikan, Terima Kasih atas nasihat, dukungan, perhatian serta Doa yang di berikan kepada peneliti dalam setiap hal terutama Penyusunan Tugas Akhir ini.

## **3. Pomparan Op. Josua Simanjuntak dan Pomparan Op. Jujung Sihite**

Tidak lupa juga Penulis berterima kasih kepada segenap keluarga besar Op. Josua simanjuntak serta Op. Jujung Sihite untuk segala dukungan doa, tenaga dan materi yang dapat mengantarkan peneliti hingga dapat menyusun Tugas Akhir ini.

## **4. Dr. Dessy Kania, B.A., M.A.**

Terima kasih kepada Ms. DK selaku dosen pembimbing skripsi peneliti. Terima kasih sudah memotivasi, membantu, dan juga membimbing peneliti agar menyelesaikan laporan dengan baik dan tepat waktu. Terima kasih sudah mempermudah peneliti karena bantuan dan saran yang sangat berguna untuk penulis

## **5. Cetroo Coffee Grand Galaxy City dan Cetroo Coffee Pusat**

Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada Crew dan Teman Peneliti di Cetroo Coffee Grand Galaxy City yakni Kak Liya, Kak Sheila dan Kak Hani yang sudah memberikan banyak sekali masukan serta bantuan kepada peneliti selama bekerja serta melaksanakan Observasi di Lapangan.

## **6. Teman dekat Penulis**

Terima kasih banyak penulis sampaikan kepada Sahabat, Teman Dekat Peneliti Imam, Eby, Sarah, Azki, Putri, Dyan, Eman, Rizky dan Nadia yang sangat berperan besar dalam perjuangan peneliti hingga mencapai tahap penyusunan Tugas Akhir ini.

## 7. Teman-teman Komunal 2017

Terima Kasih Banyak penulis ucapkan kepada seluruh teman-teman Komunal 2017, khususnya pada peminatan *Marketing Communication* Universitas Bakrie 2017 yang selama ini telah menjadi keseharian peneliti dalam setiap perkuliahan serta pertemanan penulis dalam lingkungan kampus serta terima kasih untuk pemberian segala informasi terkait perkuliahan yang telah di sampaikan untuk membantuk peneliti dalam menjalani perkuliahan.

## 8. *To My Self*

*Last but not least, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for never quitting, i wanna thank me for always being a giver and tryna give more than i receive, i wanna thank me for tryna do more right than wrong, i wanna thank me for just being me at all times.*

Bekasi, 20 Agustus 2021



Jonathan Martin

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jonathan Martin  
NIM : 1171003171  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : 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:

**STRATEGI CETROO COFFEE GRAND GALAXY CITY KOTA BEKASI DALAM  
MEMBANGUN *BRAND POSITIONING* DI MASA PANDEMI COVID-19**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti 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 : Bekasi

Pada tanggal : 20 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Jonathan Martin

**STRATEGI CETROO COFFEE GRAND GALAXY CITY KOTA BEKASI DALAM  
MEMBANGUN *BRAND POSITIONING* DI MASA PANDEMI COVID-19**

**JONATHAN MARTIN**

---

**ABSTRAK**

Banyaknya *Coffee Shop* seluruh Indonesia sudah tidak dapat di pungkiri hingga saat ini, banyak pengusaha yang memiliki ketertarikan dalam mengelola bisnis *Coffee Shop* karena pasar yang sangat hidup, Cetroo Coffee Grand Galaxy City Merupakan Salah satu dari *Coffee Shop* asli dari Indonesia yang mencoba masuk ke dalam pasar persaingan Coffee Shop terutama pada Kawasan Grand Galaxy City Kota Bekasi yang di kenal masyarakat Kota Bekasi merupakan kawasan yang memiliki sangat banyak *Coffee Shop*, dengan banyak nya Pesaing Cetroo Coffee Grand Galaxy City memiliki strategi agar lebih mudah di kenal yakni dengan Strategi *Brand Positioning* namun tidak hanya itu saja, dengan mewabahnya Virus Covid-19 juga menjadi tantangan lainnya bagi Cetroo Coffee Grand Galaxy City. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Strategi Cetroo Coffee Grand Galaxy City dalam membangun *Brand Positioning*nya pada masa Pandemi Covid-19. Penelitian ini di kaji menggunakan teori dan konsep *Brand Positioning* oleh Menurut Kotler & Keller, 2006, hal. 262 dan Perilaku Konsumen oleh Kotler dan Keller 2008:166. Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah metode studi kasus dan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Positioning* Cetroo Coffee Grand Galaxy City memenuhi empat dimensi pada teori Kotler & Keller *Brand Positioning Customer, Company, Competitor, Challenge* yang merupakan dimensi paling kuat. Hal itu dilihat dari terpenuhinya keempat dimensi tersebut oleh Cetroo Coffee Grand Galaxy City. Cetroo Coffee Grand Galaxy City sudah melaksanakan strategi Brand Positioning berdasarkan keempat aspek tersebut. Dalam upaya memahami perilaku Konsumen Cetroo Coffee Grand Galaxy City sudah melaksanakan dua aspek pula yaitu *Communication* dan *Lifestyle*. Hal ini merupakan tantangan bagi Cetroo Coffee Grand Galaxy City karena harus memastikan Strategi tersebut selalu Berhasil dan berkembang.

**Kata Kunci** : Brand Positioning, Perilaku Konsumen, *Coffee Shop*, Pandemi Covid-19.



**CETROO COFFEE GRAND GALAXY CITY STRATEGY IN BEKASI CITY IN  
BUILDING BRAND POSITIONING IN THE COVID-19 PANDEMIC**

**JONATHAN MARTIN**

---

**ABSTRACT**

*The number of Coffee Shops throughout Indonesia is undeniable until now, many entrepreneurs have an interest in managing the Coffee Shop business because the market is very lively, Cetroo Coffee Grand Galaxy City is one of the original Coffee Shops from Indonesia that is trying to enter the competitive market. Coffee Shop, especially in the Grand Galaxy City area, Bekasi City which is known to the people of Bekasi City is an area that has many Coffee Shops, with many competitors Cetroo Coffee Grand Galaxy City has a strategy to make it easier to recognize, namely the Brand Positioning Strategy but not only that, The outbreak of the Covid-19 Virus is also another challenge for Cetroo Coffee Grand Galaxy City. This study aims to find out how Cetroo Coffee Grand Galaxy City's strategy is to build its Brand Positioning during the Covid-19 Pandemic. This study uses the theory and concept of Brand Positioning by According to Kotler & Keller, 2006, p. 262 and Consumer Behavior by Kotler and Keller 2008:166. The research method used in this research is a case study method and a qualitative approach. The results of this study indicate that the Brand Positioning of Kopi Cetroo Grand Galaxy City fulfills four dimensions in the theory of Kotler & Keller Brand Positioning of Customers, Companies, Competitors, Challenges which are the strongest dimensions. This can be seen from the fulfillment of these four dimensions by Cetroo Coffee Grand Galaxy City. Cetroo Coffee Grand Galaxy City has implemented a Brand Positioning strategy based on these four aspects. In an effort to understand consumer behavior, Cetroo Coffee Grand Galaxy City has implemented two aspects, namely Communication and Lifestyle. This is a challenge for Cetroo Coffee Grand Galaxy City because it must ensure the Strategy is always successful and growing.*

**Keywords:** *Brand Positioning, Consumer Behavior, Coffee Shop, Covid-19 Pandemic.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian .....	18
1.4 Manfaat Penelitian .....	18
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	18
1.4.2 Manfaat Praktis .....	19
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>20</b>
2.1 Konsep yang relevan .....	20
2.1.1 Brand Positioning & Lifestyle .....	20
2.1.2 Perilaku Konsumen & Coffee Shop Lifestyle .....	24
2.1.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	25
2.1.3 Budaya Coffee Shop di Bekasi .....	28
2.1.4 Industri Coffee Shop di Bekasi .....	29
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan .....	35
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	52
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
3.1. Desain dan Pendekatan .....	58
3.2. Obyek dan Subyek .....	59
3.3.Pengumpulan Data .....	60
3.3.1 Sumber Data .....	60
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	61

3.4. Analisis Data .....	63
3.5. Triangulasi Data .....	64
3.6. Operasionalisasi Konsep/ Isu .....	66
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
4.1. Gambaran Konteks Penelitian.....	70
4.1.1 Profil Cetroo Coffee Grand Galaxy City .....	70
4.1.2 Profil Key Informan dan Informan .....	74
4.1.3 Subjek Triangulator .....	78
4.2 Penyajian Data .....	79
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	79
4.2.1.1 Strategi Cetroo Coffee Grand Galaxy City dalam membangun Brand Positioning pada Masa Pandemi Covid-19 .....	80
4.2.1.2 Upaya Memahami Perilaku Konsumen oleh Cetroo Coffee Grand Galaxy City .....	92
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	97
4.3.1 Strategi Cetroo Coffee Grand Galaxy City dalam membangun Brand Positioning pada Masa Pandemi Covid-19 .....	98
4.3.2. Upaya Memahami Perilaku Konsumen oleh Cetroo Coffee Grand Galaxy City .....	122
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>132</b>
5.1 Kesimpulan .....	132
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	132
5.3 Saran dan Implikasi.....	136
5.3.1 Saran untuk Penelitian Berikutnya.....	136
5.3.2 Saran Untuk Cetroo Coffee Grand Galaxy City .....	136
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>138</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>141</b>

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Logo Cetroo Coffee .....	7
Gambar 1.2 Dokumentasi Konsumen Cetroo Coffee Grand Galaxy city.....	8
Gambar 1.3 Tangkapan Layar Akun Instagram @cetroocoffee.1.0 .....	9
Gambar 1.4 Tangkapan Layar Akun Instagram @cetroocoffee.1.0 .....	9
Gambar 1.5 Tangkapan Layar Akun Instagram @cetroocoffee.1.0 .....	10
Gambar 1.6 Tangkapan Layar Akun Instagram @cetroocoffee.1.0 .....	10
Gambar 1.7 Tangkapan Layar Akun Instagram @kopijanjiwi.....	10
Gambar 1.8 Tangkapan Layar Akun Instagram @kopijanjiwi.....	10
Gambar 1.9 Tangkapan Layar Akun Instagram @jiwatea.id .....	11
Gambar 1.10 Suasana dan Interior Desain Cetroo Coffee Grand Galaxy City	11
Gambar 1.11 Maharani Coffee .....	12
Gambar 1.12 Menu Maharani Coffee .....	12
Gambar 1.13 Menu Maharani Coffee .....	12
Gambar 1.14 Tangkapan Layar Akun Instagram @cetroocoffee.1.0 .....	14
Gambar 1.15 Tangkapan Layar Akun Instagram @cetroocoffee.1.0 .....	14
Gambar 1.16 Tangkapan Layar Akun Instagram @kopijanjiwi.....	14
Gambar 2.1 Tempat Yard Coffee.....	31
Gambar 2.2 Tempat Kopi Soe .....	31
Gambar 2.3 Tempat san9aCoffee .....	32
Gambar 2.4 Tempat Kedai Torang .....	32
Gambar 2.5 Tempat Kopi Konnichiwa.....	33
Gambar 2.6 Tempat Kire Coffee .....	33
Gambar 2.7 Tempat Janji Jiwa.....	33
Gambar 2.8 Tempat Maharani Coffee .....	34
Gambar 2.9 Tempat Bang Raden.....	34
Gambar 2.10 Tempat Broker Coffee .....	35
Gambar 4.1 Logo Cetroo Coffee .....	70
Gambar 4.2 Tampak Luar Cetroo Coffee Grand Galaxy City.....	71
Gambar 4.3 Tangkapan Layar @cetroocoffee.1.0 .....	73
Gambar 4.4 Tangkapan Layar @cetroocoffee.1.0.....	74
Gambar 4.5 Key Informan 1 Mbak Nissa.....	75
Gambar 4.6 Key Informan 2 Kak Liya .....	76

Gambar 4.7 Key Informan 3 Kak Sheila .....	76
Gambar 4.8 : Informan 2 Andrean .....	77
Gambar 4.9 : Informan 2 Pak Putu .....	78
Gambar 4.10 : Triangulator Pak Pandit .....	78
Gambar 4.11 : Tampak Luar Cetroo Coffee Grand Galaxy City.....	83
Gambar 4.12 : Desain Interior Cetroo Coffee Grand Galaxy City .....	84
Gambar 4.13 : Desain Interior Cetroo Coffee Grand Galaxy City .....	84
Gambar 4.14 : Dokumentasi terkait Riset Perbandingan Rating Coffee Shop Cetroo Coffee Grand Galaxy City dan pesaing.....	109
Gambar 4.15 : Dokumentasi terkait Riset Perbandingan Rating Coffee Shop Cetroo Coffee Grand Galaxy City dan pesaing.....	109
Gambar 4.16 : Dokumentasi terkait Riset Perbandingan Rating Coffee Shop Cetroo Coffee Grand Galaxy City dan pesaing.....	109
Gambar 4.17 : Dokumentasi terkait Riset Perbandingan Rating Coffee Shop Cetroo Coffee Grand Galaxy City dan pesaing.....	109

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	39
Table 3.1 Operasionalisasi Konsep / Isu.....	67

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 3.1 Kerangka Pemikiran ..... 56