

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI
PROMOSI DENGAN PROGRAM KEANGGOTAAN YANG
DILAKUKAN HIRUUP *COFFEE* TERHADAP PELANGGAN**

Tugas Akhir Skripsi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

**Disusun Oleh : Safana Sabillah Sipah
NIM : 1191003075**

Tugas Akhir disusun untuk menyelesaikan tugas di semester akhir

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Bakrie
Jakarta
2023**

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 : Safana Sabillah Sipah

NIM : 1191003075

Tanda Tangan : 

Tanggal : 29 Agustus 2024




HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Safana Sabillah Sipah
NIM : 1191003075
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Promosi Dengan Program Keanggotaan Yang Dilakukan Hiruup Coffee Terhadap Pelanggan*

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 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si ()
Penguji 1 : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si ()
Penguji 2 : Ken Ayuthaya Purnama, S. I. Kom, M. I. Kom ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puja dan puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran rahmat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi berjudul “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Promosi Yang Dilakukan Hiruup *Coffee* Terhadap Pelanggan” dengan sebaik-baiknya. Penyusunan tugas akhir skripsi ini dibuat bertujuan untuk memenuhi mata kuliah skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi. Penulis membutuhkan waktu penelitian selama kurang lebih enam bulan dan dilaksanakan di Hiruup *Coffee* sebagai objek penelitian. Selama penulis melakukan studi di Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, penulis mendapatkan banyak pengalaman yang nyata dalam implementasi teori komunikasi, khususnya pada bidang *Marketing Communications*, dimana ilmu yang didapat sangat bermanfaat bagi penulis untuk bekal menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Kemudian dalam proses penyusunan tugas akhir ini juga terdapat banyak kendala yang penulis hadapi. Namun dengan adanya banyak dukungan serta semangat dari banyak orang dan juga Tuhan Yang Maha Kuasa, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Maka dari itu penulis ingin menyampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada pihak yang telah membantu penulis menempuh perjalanan dalam menyelesaikan tugas akhir ini, diantaranya penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan sebaik mungkin. Melalui doa serta rahmat dari-Nya, penulis pun bisa mendapatkan kesempatan belajar di Universitas Bakrie dan menyelesaikannya di waktu yang tepati.

2. Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si

Terima kasih kepada Bu Prima Mulyasari Agustini, selaku dosen pembimbing skripsi penulis dalam mengerjakan tugas akhir skripsi yang telah bersabar dalam membimbing penulis dalam pengerjaan dan penuntasan tugas akhir skripsi ini. Terima kasih karena selalu memberikan masukan, solusi, dukungan, serta mempermudah tugas akhir penulis, sehingga penulis dapat melewati rintangan dalam penulisan.

3. Dianingtyas Murtanti Putri, M. Si

Terima kasih kepada Miss Dianingtyas Putri Selaku Dosen Penguji 1 saya pada sidang tugas akhir yang telah memberikan banyak masukan terhadap skripsi saya agar menjadi

skripsi yang lebih sempurna dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku sehingga saya lebih mengetahui hal hal yang kurang dalam skripsi saya dan mampu menyelesaikannya dengan baik dan benar

4. Ken Ayuthaya Purnama, S. I. Kom, M. I. Kom

Terima kasih kepada Bu Ken Ayuthaya Purnama selaku Dosen Penguji 2 saya pada sidang tugas akhir yang telah memberikan banyak masukan terhadap skripsi saya agar menjadi skripsi yang lebih sempurna dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku sehingga saya lebih mengetahui hal hal yang kurang dalam skripsi saya dan mampu menyelesaikannya dengan baik dan benar

5. Jajajan Owner Hiruup *Coffee*

Terima kasih kepada Kak Nadia Husna Wear, Kak Ary Pribadi, dan juga Farhan Kanifa, selaku pemilik kedai kopi Hiruup *Coffee* yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di kedai kopi miliknya, dan mempermudah proses penulis dalam mendapatkan data dalam penelitian penulis di tugas akhir ini. .

6. Mama, Kaka Yudis, Kaka Vony, Yoga, dan Keenan

Terima kasih kepada keluarga khususnya Mama, Kaka Yudis, Kaka Vony, Yoga dan juga Keenan selaku keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

7. Teman – teman terdekat penulis

Terima kasih kepada Roro, Sellia, Hani, Haliza, Davina, Ginan, Widya, Faris, Abin, Ray, Naufal, Bagas, Robi, Sandro, Naufally, Raihan, Agam, Ari, Daffa, Farid dan juga Tasya selaku teman terdekat penulis yang telah menjadi telinga terbaik bagi penulis, menemani dan menghibur penulis dikala penulis mengalami kesulitan selama menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

8. Seluruh Orang Yang Tidak Tersebutkan

Terima kasih banyak untuk seluruh orang yang tidak dapat penulis sebutkan atas segala upaya yang telah diberikan untuk penulis, serta doa-doa yang diberikan kepada penulis. Segala pencapaian yang penulis dapatkan semoga bisa penulis kembalikan kepada kalian semua

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Safana Sabillah Sipah
NIM : 1191003075
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 Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Promosi Dengan Program Keanggotaan Yang Dilakukan Hiruup Coffee Terhadap Pelanggan

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 : Jakarta
Tanggal : 29 Agustus 2024

Yang menyatakan



Safana Sabillah Sipah

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PROMOSI
DENGAN PROGRAM KEANGGOTAAN YANG DILAKUKAN HIRUUP *COFFEE*
TERHADAP PELANGGAN**

Safana Sabillah Sipah

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas

Bakrie, Jakarta, Indonesia

Email: Safanasidambram@gmail.com

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan mencapai tujuan target pemasarannya. Penelitian ini berjudul "Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Promosi yang Dilakukan Hiruup *Coffee* Terhadap Pelanggan". Hiruup *Coffee* selaku pelaku bisnis ingin menargetkan mereknya mencapai pada titik penjualan yang tinggi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran melalui promosi yang diterapkan oleh Hiruup *Coffee* terhadap pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dengan manajemen dan pelanggan Hiruup *Coffee*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi melalui promosi yang dilakukan dapat mempengaruhi tingkat penjualan Hiruup *Coffee*. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah pelanggan yang mendaftar keanggotaan serta peningkatan frekuensi kunjungan pelanggan ke Hiruup *Coffee*. Program keanggotaan yang menawarkan diskon dan poin yang dapat ditukarkan dengan potongan harga menjadi faktor utama dalam meningkatkan penjualan produk.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Strategi Promosi, Kedai Kopi , Hiruup *Coffee*

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PROMOSI
DENGAN PROGRAM KEANGGOTAAN YANG DILAKUKAN HIRUUP COFFEE
TERHADAP PELANGGAN**

Safana Sabillah Sipah

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas

Bakrie, Jakarta, Indonesia

Email: Safanasidambram@gmail.com

ABSTRACT

Marketing communication strategy is crucial for a company to achieve its target marketing objectives. This study, titled "Analysis of Marketing Communication Strategy through Promotions Conducted by Hiruup Coffee Towards Customers," explores how Hiruup Coffee, as a business entity, aims to position its brand to achieve high sales targets. The objective of this research is to analyze the marketing communication strategy through promotions applied by Hiruup Coffee towards its customers. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques including in-depth interviews with Hiruup Coffee's management and customers. The results of the study indicate that the communication strategy through promotions has a significant impact on Hiruup Coffee's sales levels. This is evident from the increase in the number of customers registering for membership and the rising frequency of customer visits to Hiruup Coffee. The membership program, which offers discounts and points redeemable for price reductions, has been identified as a key factor in boosting product sales.

Keywords : *Marketing Communication Strategy, Promotion Strategy, Coffee Shop, Hiruup Coffee*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Strategi	7
2.1.1 Pengertian Strategi.....	7
2.1.2. Tujuan Strategi.....	7
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	8
2.2.1 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	9
2.3 Promosi.....	10
2.3.1 Fungsi Promosi.....	10
2.3.2 Promosi menggunakan Keanggotaan/<i>Membership</i>	11
2.4 Loyalitas Pelanggan	13
2.5. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	16
2.5.1. Penelitian Terdahulu	16
2.6. Model Kerangka Pemikiran	24

BAB III	26
METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Desain dan Pendekatan.....	26
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	27
3.3 Pengumpulan Data.....	27
3.3.1 Sumber Data.....	27
3.4 Analisis Data	28
3.5 Triangulasi Data	29
3.6 Operasional Konsep/Isu.....	30
BAB IV.....	32
TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
4.2 Temuan Penelitian	33
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Strategi Promosi.....	34
4.2.2 Program Keanggotaan Hiruup <i>Coffee</i>	35
4.2.3 Promo Diskon	36
4.2.4 Poin Reward	37
4.3 Pembahasan dan Diskusi	38
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Promosi Hiruup <i>Coffee</i> Menggunakan Membership	38
4.3.2 Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Pelanggan	41
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1 Simpulan	45
5.2 Kendala dan Keterbatasan	46
5.3 Saran dan Implikasi.....	46
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya.....	46
5.3.2 Saran Praktisi.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Hiruup <i>Coffee</i>	3
Gambarl 2.1 Loyalitas Pelanggan	14
Gambar 2.2 Piramida Loyalitas Pelanggan	15
Gambar 3.1 Foto Profil Triangulator Dion Wardyono, S.E., M.S.M	30
Gambar 4.1 Informasi Join Membership Hiruup <i>Coffee</i>	35
Gambar 4.2 Pemberitahuan Promo Setiap Tanggal 9	36
Gambar 4.3 Informasi Potongan Harga	37

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Hiruup <i>Coffee</i> Tahun 2023	4
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	19
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir	25
Tabel 4.1 Bagan Model Program Keanggotaan Hiruup <i>Coffee</i>	41