

**Kajian Persepsi Pengunjung Tentang *Unique
Selling Proposition* Selawaktu Café, Tebet**



Disusun oleh

Cory Gabe Uli Manik - NIM 1231913037

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA 2025**

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 : CORY GABE ULI MANIK

NIM : 1231913037

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cory', with a long horizontal stroke extending to the right.

Tanggal : 23 MEI 2025

HALAMAN PENGESAHAN

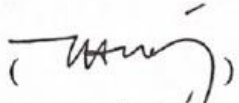
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : CORY GABE ULI MANK
NIM : 1231913037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Kajian Persepsi Pengunjung Tentang Unique Selling Proposition
Selawaktu Café, Tebet.

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 : Suharyanti, M.S.M. ()
Penguji 1 : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A (())
Penguji 2 : RR. Roosita Cindrakasih, SH, M.Ikom (())

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 23 Mei 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena dengan berkat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (TA) yang berjudul **“Kajian Persepsi Pengunjung Tentang *Unique Selling Proposition* Selawaktu Café Tebet”** sesuai dengan waktu yang ditentukan. Tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah salah satu bentuk pemenuhan syarat kelulusan dan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie. Dalam melakukan penyusunan tugas akhir, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus karena dengan berkatnya penulis berkesempatan untuk menyelesaikan perkuliahan dengan baik hingga penyusunan tugas akhir.
2. Bapak Alm.Dermawan Manik dan Ibu Lusiana Br Sinuraya, selaku orang tua dari penulis yang senantiasa memberikan semangat dan doa, sehingga memotivasi penulis untuk selalu semangat dalam berkuliah dan menyelesaikan tugas akhir.
3. Kakak dan Adik kandung penulis, yang telah memberikan dukungan semangat, biaya kuliah dan doa untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir
4. Ibu Suharyanti, M.S.M., selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah mendampingi dan membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
5. Ibu Dr.Dessy Kania, B.A., M.A., selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir.
6. Ibu RR. Roosita Cindrakasih, S.H, M.Ikom., selaku dosen penguji 2 yang telah membimbing dan memberikan saran berharga kepada penulis selama proses penyelesaian tugas akhir.
7. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis selama satu setengah tahun berkuliah.
8. Sahabat dan kerabat penulis karena telah mendukung, mendoakan dan memberikan semangat serta apresiasi bagi penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhirnya

9. Yohannes G.A.R. Manalu, teman setia penulis yang telah memberikan dukungan semangat, perhatian dan doanya dalam penyelesaian tugas akhir penulis
10. Penulis juga ingin berterima kasih kepada diri sendiri atas kerja keras dan usaha yang telah dilakukan selama ini. Saya berterima kasih karena berani mencoba hal baru dan dapat keluar dari zona nyaman sehingga bisa mendapatkan berbagai pengalaman yang berharga.

Akhir kata, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan yang terdapat dalam tugas akhir yang telah disusun penulis. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi yang membacanya.

Jakarta, 23 Mei 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cory Gabe Uli Manik' with a stylized, flowing script.

Cory Gabe Uli Manik

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : CORY GABE ULI MANIK

NIM : 1231913037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti **Noneksklusif (Non-exclusive RoyaltyFree Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Kajian Persepsi Pengunjung Tentang *Unique Selling Proposition* Selawaktu Café, Tebet

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 : 23 Mei 2025

Yang menyatakan



(Cory Gabe Uli Manik)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pengunjung terhadap *Unique Selling Proposition* (USP) yang ditawarkan oleh Selawaktu Cafe, sebuah kafe tematik yang berlokasi di Tebet, Jakarta Selatan. Latar belakang penelitian ini didasari oleh fenomena menjamurnya kafe-kafe di wilayah perkotaan yang mengusung konsep serupa, sehingga penting bagi sebuah kafe untuk memiliki keunikan yang mampu menjadi daya tarik utama dalam menghadapi persaingan bisnis. USP merupakan elemen penting dalam pemasaran yang membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitor dan menjadi alasan kuat bagi konsumen untuk memilihnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengunjung Selawaktu Cafe, observasi langsung di lokasi, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap keunikan yang dihadirkan oleh Selawaktu Café terbentuk oleh pengaruh faktor individu dan stimuli pengunjung. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan juga bahwa Selawaktu Café, Tebet belum sepenuhnya menerapkan USP pada kafanya seperti menu, dekorasi, dan fasilitas, konsep *retro café* terkesan *nanggung* dan belum sempurna diterapkan dalam semua bidang promosi dan pemasaran kafe. Penelitian ini menyimpulkan bahwa USP yang kuat dan konsisten sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi positif pada pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan citra merek di tengah persaingan industri kafe yang ketat di daerah Tebet, Jakarta Selatan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha di bidang F&B untuk lebih memahami pentingnya USP dalam strategi pemasaran, serta bagaimana merancang pengalaman pelanggan yang berkesan melalui pendekatan emosional dan tematik.

Kata kunci: kafe, kopi, *unique selling proposition*, persepsi konsumen

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Batasan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Konsep dan Teori yang Relevan	9
2.1.1 <i>Customer-Based Brand Equity</i>	9
2.1.2 <i>Positioning</i>	11
2.1.2.1 <i>Points of Parity (POP)</i>	12
2.1.2.2 <i>Points of Difference (POD)</i>	13
2.1.2.3 <i>Kombinasi POP dan POD</i>	14
2.2 <i>Unique Selling Proposition (USP)</i>	14
2.3 <i>Perceptual Mapping</i>	15
2.4 Persepsi Konsumen	16
2.4.1 Faktor yang membentuk persepsi	16
2.4.2 Aspek persepsi pengunjung kafe	17
2.5 Penelitian Sebelumnya & Pernyataan Kebaruan	18
2.6 Pernyataan kebaruan	20
2.7 Model Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Subjek dan Objek Penelitian	22
3.2 Pengumpulan Data	22
3.3 Analisis Data	23
3.4 Triangulasi Data	24
3.5 Operasionalisasi Konsep	25

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	27
4.1.1 Profil Perusahaan	27
4.1.2 <i>Unique Selling Proposition</i> Selawaktu Café Tebet	28
4.1.2.1 Menu.....	28
4.1.2.2 Dekorasi dan <i>Ambience</i>	30
4.1.2.3 Fasilitas kafe	32
4.1.3 Subjek Penelitian	33
4.1.4 Profil Informan.....	34
4.1.5 Subjek Triangulator	36
4.2 Penyajian Data	36
4.2.1 Persepsi Pengunjung Selawaktu Café, Tebet	36
4.2.1.1 Persepsi pengunjung terhadap USP Selawaktu Café, Tebet	37
A. Persepsi Pengunjung tentang Menu	38
B. Persepsi Pengunjung tentang Dekorasi dan <i>Ambience</i>.....	39
C. Persepsi Pengunjung tentang Fasilitas	41
4.3 Pembahasan dan Diskusi	43
4.3.1 <i>Brand Positioning</i> yang dibangun Selawaktu Café, Tebet untuk menentukan <i>Unique Selling Proposition</i> (USP)	44
A. <i>Atribut (Attributes)</i>	44
B. <i>Manfaat (Benefit)</i>	45
C. <i>Kepercayaan dan Nilai (Beliefs and Values)</i>	45
4.3.2 Aspek USP menu, dekorasi atau <i>ambience</i>, dan fasilitas sebagai <i>Points of Difference</i> (PODs) Selawaktu Café, Tebet.....	46
A. Kekuatan asosiasi merek	46
B. Evaluasi positif	47
4.3.3 Faktor pembentuk persepsi pengunjung terhadap aspek USP Selawaktu Café, Tebet	48
A. Faktor Individu	48
B. Faktor Stimulus	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN – TRANSKRIP WAWANCARA.....	57

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Tier List 6 kafe paling ramai di Kel.Tebet Timur & Barat	4
Table 2.1 Penelitian terdahulu.....	20
Table 3.1 Operasionalisasi Konsep	26
Table 4.1 Profil Informan.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengunjung Work from Cafe	1
Gambar 2.1 Peta Persebaran Kafe Tebet.....	3
Gambar 3.1 Selawaktu Cafe, Tebet (Bagian Indoor)	5
Gambar 4.1 Tangkapan layar Google search “selawaktu cafe”	6
Gambar 5.1 Tahapan membangun brand oleh Keller	10
Gambar 6.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 7.1 Logo Selawaktu Café, Tebet	27
Gambar 8.1 Kopi Salted Caramel Selawaktu Café, Tebet	29
Gambar 9.1 Tangkapan Layar Pencarian "Selawaktu Cafe Tebet" di Google	29
Gambar 10.1 Nasi Malaysian Butter Selawaktu Café, Tebet.....	30
Gambar 11.1 Dekorasi dinding Selawaktu Café, Tebet.....	31
Gambar 12.1 Properti Selawaktu Café, Tebet.....	31
Gambar 13.1 Bagian outdoor Selawaktu Café, Tebet.....	31
Gambar 14.1 Fasilitas Indoor Smoking di Selawaktu Café, Tebet	33
Gambar 15.1 Fasilitas photobooth di Selawaktu Café, Tebet.....	33
Gambar 16.1 Bagan perceptual mapping USP Menu	38
Gambar 17.1 Bagan perceptual mapping USP Dekorasi & Ambience.....	40
Gambar 18.1 Bagan perceptual mapping USP fasilitas	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara.....	57
--------------------------------------	----