

**STRATEGI PEMASARAN RELASIONAL HARTAKA COFFEE &
BILLIARD DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN**

TUGAS AKHIR



ISHIKA NUR SHABRINA

NIM 1211003014

**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 : Ishika Nur Shabrina

NIM : 1211003014

Tanda Tangan

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ishika' with a stylized flourish at the end.

Tanggal : Jakarta, 13 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ishika Nur Shabrina
NIM : 1211003014
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Relasional Hartaka Coffee & Billiard
dalam Membangun Loyalitas Pelanggan

Telah berhasil menyelesaikan revisi tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam yudisium untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si.

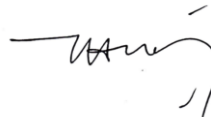


THE FINAL APPROVAL
EMISS

Pembahas 1 : Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A



Pembahas 2 : Suharyanti, M.S.M.



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 4 September 2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa ta'ala atas segala rahmat, kasih sayang, dan kemudahan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Relasional Hartaka Coffee & Billiard dalam Membangun Loyalitas Pelanggan”. Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan skripsi, penulis tidak mungkin dapat menyelesaikannya tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.** selaku dosen pembimbing atas seluruh waktu, ilmu, arahan, dan bimbingan yang penuh kesabaran dan kebaikan selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
2. **Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A** selaku dosen pembahas sidang seminar proposal dan sidang akhir atas segala masukan, saran, dan evaluasi dengan kebaikan sehingga membantu memperbaiki skripsi ini.
3. **Suharyanti, M.S.M.** selaku dosen pembahas sidang akhir atas kebaikan yang telah diberikan untuk seluruh saran, masukan, dan kritik sebagai bentuk arahan dalam memperbaiki penelitian dalam skripsi.
4. **Keenam informan**, yaitu Arief Rachman, Renata Maidina Dwiyanti, Christian Daulat Mangiring Hutabarat, Aditya Catur Priyambodo, Aloysius Pandu Dwi Kusumo, dan Ben Xaverius Anggono atas waktu yang telah diluangkan, memberikan informasi, dan pengalaman berharga sebagai data utama dalam penyusunan skripsi ini.
5. **Nanda Putri Yustara**, selaku triangulator yang bersedia memberikan kontribusinya dalam memberikan wawasan tambahan yang memperkuat validitas data penelitian ini.
6. **Keluarga tersayang**, yaitu Ibu, Ayah, Kakak, dan Abang yang selalu menjadi sumber kekuatan, doa, dan keyakinan menjalani proses skripsi yang menjadi masa sulit ini.

7. **Sahabat terbaik**, yaitu Fadia, Revi, Agie, Azriel, Fadhlán, Victo, Nana, dan yang tidak dapat disebutkan satu per satu, telah memberikan dukungan semangat dan tawa di tengah proses yang penuh tantangan.

Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis. Peneliti menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Jakarta, 13 Agustus 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ishika'.

Ishika Nur Shabrina

**SURAT PERNYATAAN PENULIS
PERSETUJUAN ARTIKEL UNTUK DIARSIPKAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ishika Nur Shabrina

NIM : 1211003014

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Relasional Hartaka Coffee & Billiard dalam Membangun Loyalitas Pelanggan

Judul Artikel : Strategi Pemasaran Relasional Hartaka Coffee & Billiard dalam Membangun Loyalitas Pelanggan

Menyatakan bahwa:

1. Artikel tersebut sudah diperiksa dengan seksama oleh pembimbing/penulis dan telah disetujui untuk dikumpulkan oleh Program Studi (S1) Ilmu Komunikasi.
2. Artikel merupakan hasil karya penulis dan bukan merupakan plagiat dari artikel orang lain baik sebagian maupun keseluruhan.
3. Apabila kemudian hari, penulis (mahasiswa atau pembimbing) ingin mempublikasikan di jurnal atau media lainnya di luar media publikasi Program Studi (S1) Ilmu Komunikasi, maka penulis bisa melakukan konfirmasi via e-mail kepada Ketua Program Studi (S1) Ilmu Komunikasi dan diteruskan kepada annisa.lestari@bakrie.ac.id.

Jakarta, 15 Agustus 2025

Penulis



Ishika Nur Shabrina

1211003014

STRATEGI PEMASARAN RELASIONAL HARTAKA COFFEE & BILLIARD DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN

Nama Peneliti : Ishika Nur Shabrina

NIM : 1211003014

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi pemasaran relasional Hartaka Coffee & Billiard dalam membangun loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri kedai kopi yang semakin ketat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran relasional yang diterapkan oleh Hartaka Coffee & Billiard dalam membangun loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri.

Penelitian ini menggunakan konsep *relationship marketing* dari Kotler & Keller (2009) yang menekankan pentingnya membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, didukung oleh faktor keputusan pembelian (Kotler & Armstrong, 2018), tahapan loyalitas pelanggan menurut Dharmmesta (1999), dan karakteristik pelanggan loyal yang dijelaskan Griffin (2005). Pendekatan penelitian bersifat kualitatif dengan metode wawancara mendalam, observasi lapangan, serta analisis dokumen untuk memperoleh data yang komprehensif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hartaka Coffee & Billiard membangun loyalitas pelanggan melalui pelayanan personal, komunikasi langsung dan media sosial, program loyalitas, serta penciptaan pengalaman pelanggan yang konsisten. Faktor keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh aspek budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Pelanggan juga melewati tahapan loyalitas mulai dari kognitif hingga perilaku, serta menunjukkan karakteristik pelanggan loyal berupa pembelian berulang, rekomendasi kepada orang lain, dan resistensi terhadap penawaran kompetitor. Tantangan yang dihadapi Hartaka adalah persaingan ketat dari kompetitor, perubahan tren hiburan, serta keterbatasan dalam inovasi program loyalitas.

Kesimpulannya, strategi pemasaran relasional yang dijalankan Hartaka Coffee & Billiard efektif dalam membangun keterikatan emosional dan mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri. Temuan ini dapat menjadi referensi bagi pelaku bisnis serupa untuk merancang strategi yang relevan, konsisten, dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Relasional; Loyalitas Pelanggan; Faktor Keputusan Pembelian; Tahapan Loyalitas; Karakteristik Pelanggan Loyal.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
SURAT PERNYATAAN PENULIS.....	v
PERSETUJUAN ARTIKEL UNTUK DIARSIPKAN	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Definisi Konsep.....	12
2.1.1 Pemasaran Relasional.....	12
2.1.2 Loyalitas.....	13
2.1.3 Pelanggan	15
2.2 Pendekatan Teori.....	17
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	17
2.2.2 Loyalitas Pelanggan	21
2.3 Penelitian Terdahulu	22
2.4 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian.....	32

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	32
3.2.1 Sumber Data.....	32
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3 Teknik Analisis Data.....	37
3.4 Pengujian Keabsahan Data.....	38
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	38
BAB IV	47
HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	47
4.1.1 Profil Hartaka Coffee & Billiard.....	47
4.1.2 Konsep Bisnis dan Strategi Komunikasi Pemasaran Relasional.....	48
4.1.3 Profil Informan.....	51
4.1.4 Profil Triangulator.....	55
4.2 Penyajian Data	56
4.2.1 Fenomena Pasar	56
4.2.2 <i>Relationship Marketing</i>	60
4.2.3 Tahapan Loyalitas	65
4.2.4 Faktor Keputusan Pembelian	67
4.2.5 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	69
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	74
4.3.1 Strategi Pemasaran Relasional Hartaka Coffee & Billiard	75
4.3.2 Program Loyalitas Hartaka Coffee & Billiard untuk Bertahan di Industri	76
4.3.3 Tantangan Program Loyalitas terhadap Pelanggan di Persaingan Industri	76
BAB V.....	78
KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Kendala	79
5.3 Saran.....	79
5.3.1 Saran untuk Hartaka Coffee & Billiard.....	79
5.3.2 Saran untuk Pelaku Bisnis di Industri Serupa	79
5.3.3 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengeluaran Olahraga November Naik.....	14
Gambar 1.1 Menpora Dito Resmikan Tempat Billiard.....	16
Gambar 1.1 Pertimbangan Konsumen dalam Memilih Makanan.....	17
Gambar 1.1 <i>Loyalty Card</i> Garage 9 Billiard Cibubur.....	18
Gambar 1.1 Gedung Hartaka Coffee & Billiard.....	19
Gambar 2.2 <i>The Concept of the Marketing Mix</i>	30
Gambar 2.4 Kerangka Berpikir.....	38
Gambar 4.1 Media Sosial Hartaka Coffee & Billiard.....	53
Gambar 4.1 Harga Billiard Hartaka Coffee & Billiard.....	54
Gambar 4.1 <i>Happy Hour</i> dan <i>Student Promo</i> Hartaka Coffee & Billiard.....	54
Gambar 4.1 Bundling Hartaka Coffee & Billiard.....	55
Gambar 4.1 <i>Membership</i> Billiard Hartaka Coffee & Billiard.....	55
Gambar 4.1 Poster <i>Fun Match</i> Billiard Hartaka Coffee & Billiard.....	55
Gambar 4.1 Ben Xavier Anggono.....	56
Gambar 4.1 Aloysius Pandu Dwi Kusumo.....	57
Gambar 4.1 Aditya Catur Priyambodo.....	58
Gambar 4.1 Christian Daulat Mangiring Hutabarat.....	58
Gambar 4.1 Arief Rachman.....	59
Gambar 4.1 Renata Maidina Dwiyanti.....	59
Gambar 4.1 Adnan Putri Yustara.....	61
Gambar 4.2 Informasi <i>Tournament</i>	69
Gambar 4.2 Informasi Instagram Hartaka Coffee & Billiard.....	70
Gambar 4.2 <i>Photobox</i> Hartaka Coffee & Billiard.....	76
Gambar 4.2 <i>Story</i> Instagram Arief Rachman.....	77
Gambar 4.2 <i>Tournament</i> Billiard Hartaka Coffee & Billiard.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.3 Data Primer.....	40
Tabel 3.7 Operasionalisasi Variabel.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	96
Lampiran 2.....	105
Lampiran 3.....	114
Lampiran 4.....	120
Lampiran 5.....	128
Lampiran 6.....	135
Lampiran 7.....	141