



**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN STARBUCKS
COFFEE INDONESIA**

**(Studi Kasus Pada Starbucks Coffee Graha Niaga Sudirman Jakarta Periode
Februari – April 2017)**

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Public Relations

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun oleh:

**FATMAWATI
44213110172**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**

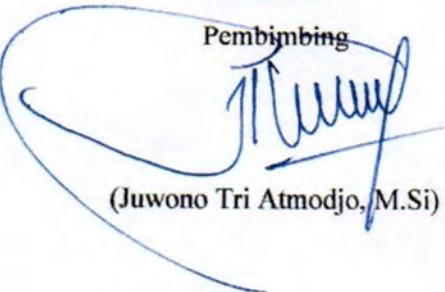
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul	“Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee Indonesia (Studi Kasus Pada Starbucks Graha Niaga Sudirman Jakarta Periode Februari – April 2017”
Nama	Fatmawati
NIM	442113110172
Fakultas	Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	• Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 24 November 2017

Mengetahui,

Pembimbing



(Juwono Tri Atmodjo, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul	Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee Indonesia (Studi Kasus Pada Starbucks Graha Niaga Sudirman Jakarta Periode Februari – April 2017)
Nama	Fatmawati
NIM	44213110172
Fakultas	Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	Public Relations

Jakarta, 27 Desember 2017

Ketua Sidang
Ida Anggraeni Ananda, M.Si

UNIVERSITAS

Pengaji Ahli
Dr Elly Yuliawati, M.Si

Pembimbing I
Juwono Tri Atmojo, S.Sos. M.Si



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul	Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee Indonesia (Studi Kasus Pada Starbucks Graha Niaga Sudirman Jakarta Periode Februari – April 2017)
Nama	Fatmawati
NIM	44213110172
Fakultas	Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	Public Relations

Jakarta, 27 Desember 2017
Disetujui dan diterima oleh

Ketua Bidang Studi Public Relatios

Pembimbing

R S I T A S
BUANA
(Dr. Elly Yuliawati)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

10

(Dr Agustina Zubair, M. Si)



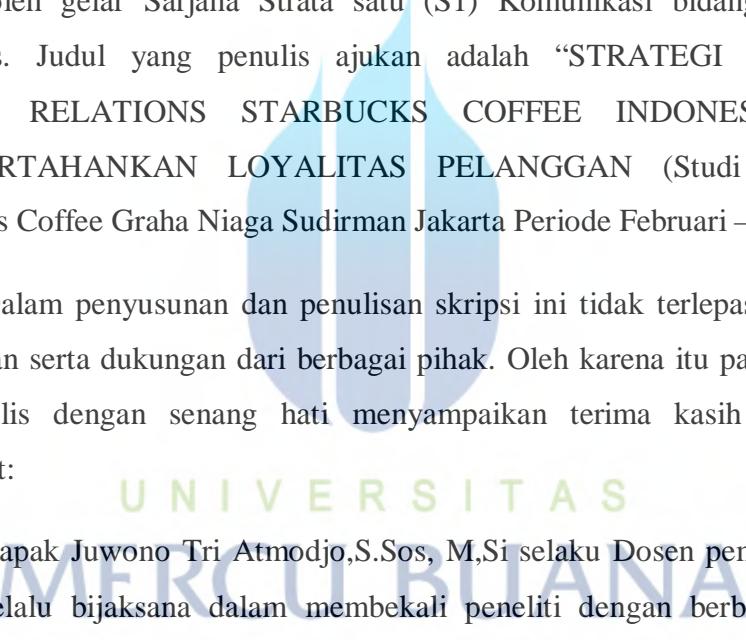
(Ponco Budi Sulistyo, M.Comn., Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabatnya, dan kepada umatnya hingga akhir zaman nanti.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) Komunikasi bidang studi Public Relations. Judul yang penulis ajukan adalah “STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS STARBUCKS COFFEE INDONESIA DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Starbucks Coffee Graha Niaga Sudirman Jakarta Periode Februari – April 2017”

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

- 
1. Bapak Juwono Tri Atmodjo,S.Sos, M.Si selaku Dosen pembimbing yang selalu bijaksana dalam membekali peneliti dengan berbagai ilmu dan memberikan bimbingan, membantu menyelesaikan penelitian ini.
 2. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
 3. Dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, terutama dosen-dosen jurusan Public Relations. Terimakasih banyak telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat kepada peneliti.
 4. Para staff TU Fikom Universitas Mercu Buana, yang selalu membantu peneliti dalam pengurusan dokumen-dokumen selama masa kuliah.
 5. Bapak Roger Van Tongeren selaku Head Marketing Communications Starbucks Coffee Indonesia dan Bapak Rahmat Rusli selaku Store

Manager Starbucks Graha Niaga Sudirman Jakarta yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian ini, serta Bapak Rio Ardi selaku Shift Supervisor yang telah membantu peneliti dalam memberikan data-data dan informasi selama penelitian dilakukan.

6. Teman-teman tercinta Raintan, Puji, Nisa, Ain, Saskia, Selfi, Kintan, Syaiful yang telah memberikan dorongan, semangat, kasih sayang, dan bantuan secara moril demi lancarnya penyusunan skripsi ini.
7. Ibu dan Ayah atas jasa-jasanya, kesabaran, do'a, bantuan moril dan materil serta tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus kepada penulis.
8. Saudara, Abang dan kakak yang selalu memberikan semangat serta do'a yang tidak pernah putus kepada penulis sampai selesaiya skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Skripsi ini saya kerjakan dari hari ke hari dengan kerja keras semoga bermanfaat untuk semua pembacanya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, Januari 2017
Peneliti

Fatmawati

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian	11
1.3. Identifikasi Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Komunikasi	14
2.1.1 Fungsi Komunikasi	16
2.1.2 Tujuan Komunikasi	16
2.2 <i>Public Relations</i>	17
2.2.1 <i>Fungsi Public Relations</i>	19
2.2.2. Peran <i>Public Relations</i>	20
2.3. <i>Marketing Public Relations</i>	22
2.3.1. Peran <i>Marketing Public Relations</i>	23
2.3.3. Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	25
2.3.5 Faktor dibutuhkannya Strategi MPR	32
2.4 <i>Customer Relations</i>	34
2.5. Pelanggan	37
2.5.1. Jenis Pelanggan.....	38
2.5.2 <i>Loyalitas Pelanggan</i>	39

2.5.3.	Tahapan Pembeli Menjadi Pelanggan Loyal	40
2.5.4.	Dimensi Loyalitas Pelanggan	41
BAB III.....		43
METODOLOGI PENELITIAN.....		43
3.2.	Tipe Penelitian.....	44
3.3.	Metode Penelitian	46
3.4.	Subyek Penelitian	47
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	48
3.5.1.	Data Primer.....	49
3.5.2.	Data Sekunder.....	51
3.6.	Analisis Data	51
3.7.	Teknik Keabsahan Data	52
BAB IV		54
4.1	Gambaran Umum Penelitian	54
4.1.1	Sejarah Starbucks Coffee Indonesia.....	54
4.1.2	Filosofi Logo	56
4.1.3	Visi dan Misi	58
4.1.4	Prinsip Kerja Starbucks Coffee.....	58
4.1.5	Struktur Organisasi Starbucks Coffee Indonesia	60
4.1.6	Struktur Organisasi Starbucks Coffee Graha Niaga Sudirman	64
4.1.7	Produk Starbucks Coffee Indonesia	65
4.2	Hasil Penelitian.....	67
4.2.1	Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	69
4.2.2.	Perencanaan Pelaksanaan Program	72
4.2.3	Aksi dan Komunikasi Program.....	74
4.2.4	Penerapan Fungsi Customer Relations oleh Barista Starbucks Coffee Graha Niaga Sudirman Jakarta.....	85
4.2.5	Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee Graha Niaga Sudirman.....	89
4.3	Pembahasan.....	93
4.3.1	Strategi Markeing Public Relations.....	93
4.3.2	Jenis Loyalitas Pelanggan Starbucks Graha Niaga Sudirman.....	98

4.3.3 Penerapan Fungsi <i>Customer Relations</i> Starbucks Coffee Graha Niaga Sudirman Jakarta	100
BAB V	104
KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran	107
5.2.1 Saran Akademis	108
5.2.2 Saran Praktis	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	111



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Marketing, Public Relations dan (MPR) 31

