



***CO-BRANDING DAN BRAND IMAGE STARBUCKS***  
**DALAM PERSEPSI KONSUMEN**  
**(Studi Kasus Pada Produk *Ready to Drink* Starbucks)**

**TESIS**

**OLEH**

**BUCHORI MUSLIM**

**55221110018**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**



***CO-BRANDING DAN BRAND IMAGE STARBUCKS***  
**DALAM PERSEPSI KONSUMEN**  
**(Studi Kasus Pada Produk *Ready to Drink* Starbucks)**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi**

**OLEH**

**BUCHORI MUSLIM**

**55221110018**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**JAKARTA**  
**2023**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama Lengkap : Buchori Muslim  
NIM : 55221110018  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi  
Pemasaran  
Judul Karya Akhir/Tesis : Co-branding dan Brand Image Starbucks  
Dalam Persepsi Konsumen (Studi Kasus  
Pada Produk Ready to Drink Starbucks)

Jakarta, 4 Oktober 2023

Dosen Pembimbing

(Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS**

Judul : Co-branding dan Brand Image Starbucks Dalam  
Persepsi Konsumen (Studi Kasus Pada Produk  
Ready to Drink Starbucks)  
Nama : Buchori Muslim  
NIM : 55221110018  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran  
Tanggal : 16 Oktober 2023

Jakarta, 4 Oktober 2023  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Heri Budianto, M.Si)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Ira Purwitasari, M.I.Kom)
3. Pembimbing :  
(Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D)

(.....)  
(.....)  
(.....)



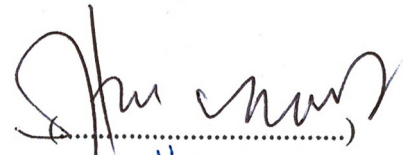
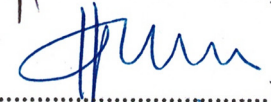

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

Judul : Co-branding dan Brand Image Starbucks Dalam  
Persepsi Konsumen (Studi Kasus Pada Produk  
Ready to Drink Starbucks)  
Nama : Buchori Muslim  
NIM : 55221110018  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran  
Tanggal : 16 Oktober 2023

Jakarta, 4 Oktober 2023  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Heri Budianto, M.Si)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Ira Purwitasari, M.I.Kom)
3. Pembimbing :  
(Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D)

  
.....  
  
.....  
  
.....



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama Lengkap : Buchori Muslim  
NIM : 55221110018  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi  
Pemasaran  
Judul Karya Akhir/Tesis : Co-branding dan Brand Image Starbucks  
Dalam Persepsi Konsumen (Studi Kasus  
Pada Produk Ready to Drink Starbucks)

Jakarta, 4 Oktober 2023

Dosen Pembimbing

(Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D)

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budiarto, M Si)

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Buchori Muslim  
NIM : 55221110018  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “IDN Live’s Marketing Public Relations Strategy in Increasing Brand Awareness”  
,telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 11 September 2023  
didapatkan nilai persentase sebesar 27%

Jakarta, 12 September 2023  
Administrator Turnitin



**Sukadi, SE., MM**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Co-branding dan Brand Image Starbucks Dalam Persepsi Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Ready to Drink Starbucks)

Nama : Buchori Muslim

NIM : 55221110018

Program Studi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 4 Oktober 2023

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 4 Oktober 2023



(Buchori Muslim)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya, saya sebagai peneliti dapat menyelesaikan penelitian karya akhir atau tesis yang berjudul **“Co-Branding dan Brand Image Starbucks Dalam Persepsi Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Ready To Drink Starbucks)”**. Tujuan penelitian ini disusun sebagai syarat dalam kelulusan Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Di dalam proses penelitian tesis ini, peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penelitian ini dapat selesai tepat waktu sesuai yang diharapkan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D selaku Dosen Pembimbing tesis terima kasih atas bantuan, kebaikan, kesabaran, dan waktu yang diluangkan disela-sela kesibukannya untuk memberikan bimbingan hingga tesis ini selesai. Sangat bersyukur mempunyai pembimbing terbaik.
2. Dr. Ira Purwitasari, M.I.Kom selaku Dosen Penelaah tesis yang telah memberikan arahan sehingga karya akhir atau tesis ini selesai.
3. Dr. Nur Kholisoh, M.Si selaku Dosen Mata Kuliah *Writing Course* yang banyak membantu bagaimana membuat tesis yang ideal.
4. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Dr. Heri Budianto, M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
6. Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.

7. Istri (Medina Adistya) dan anak tercinta (Xera dan Sophia) yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan perhatiannya dan pengertian selama proses pembelajaran.
8. Untuk para informan dari kalangan pecinta kopi dan Starbucks
9. Untuk Mba Linda dan seluruh staff administrasi FIKOM Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang telah membantu memberikan arahan dalam proses administrasi.
10. Dan terakhir untuk teman-teman terkasih dari Meruya, Warung Buncit dan UMB 39 MIKOM yang selalu membantu dan mendukung selama proses pembelajaran, serta memberikan semangat agar peneliti dapat menyelesaikan penelitiannya sesuai waktu yang telah ditentukan.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan ilmu yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan arahan yang membangun dari Dosen pembimbing, Dosen mata kuliah, dan pihak-pihak yang terkait demi kesempurnaan makalah ini. Apabila dalam prosesnya peneliti memiliki kesalahan dan kekhilafan, mohon dibukakan pintu maaf dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk orang banyak.

Jakarta, 23 Januari 2023

Buchori Muslim

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN SIMILARITY CHECK .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	16
1.3. Tujuan Penelitian .....	17
1.4. Manfaat Penelitian .....	17
1.4.1. Manfaat Akademis.....	17
1.4.2. Manfaat Praktis.....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>19</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
2.2 Kajian Teori .....	35
2.2.1. Teori Komunikasi Pemasaran .....	35
2.2.2. Co-Branding.....	39
2.2.3. Persepsi Konsumen.....	47
2.2.4. Fenomenologi .....	56
2.2.5. Brand Image.....	59
2.2.6. Produk Kopi.....	63

2.2	Kerangka Pemikiran.....	67
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>68</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	68
3.2	Metode Penelitian .....	69
3.3	Objek Penelitian.....	73
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	73
3.4.1	Data Primer.....	73
3.4.2	Data Sekunder.....	77
3.5	Teknik Analisa Data .....	79
3.6	Teknik Uji Keabsahan Data.....	82
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>86</b>
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	86
4.1.1.	Profil Starbucks Corporation .....	86
4.1.1.1	Sejarah Starbucks.....	87
4.1.1.2	Starbucks di Indonesia.....	89
4.1.1.3	Misi dan Nilai Perusahaan .....	90
4.1.1.4	Produk.....	90
4.1.1.5	Struktur Organisasi .....	92
4.1.2.	Profil Informan .....	92
4.2.	Hasil Penelitian .....	94
4.2.1.	Persepsi Konsumen Mengenai Co-Branding Starbucks Pada Produk Ready To Drink .....	94
4.2.2.	Brand Image Starbucks Setelah Co-Branding dalam Persepsi .....	126
4.3.	Pembahasan.....	137
4.3.1.	Persepsi Konsumen Mengenai Co-Branding Starbucks Pada Produk Ready to Drink.....	137
4.3.2.	Brand Image Starbucks Setelah Co-Branding dalam Persepsi .....	147
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>156</b>
5.1.	Kesimpulan .....	156
5.2.	Saran .....	157
5.2.1	Saran Akademis .....	157

5.2.2 Saran Praktis .....	157
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>159</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>169</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 4. 1 Data Informan Penelitian .....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Kopi Kolaborasi Brand Starbucks & Nestle.....	4
Gambar 2. 1 Rancangan Komunikasi Pemasaran .....	37
Gambar 2. 2 Proses Pembentukan Persepsi .....	50
Gambar 2. 3 Kerangka Pikir Penelitian.....	67
Gambar 3. 1 Komponen Analisis Data Miles dan Huberman 1992.....	80
Gambar 4. 1 Perubahan Logo Starbucks dari Masa ke Masa .....	88
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT Sari Coffee Indonesia (Pemilik Lisensi Merek Starbucks Indonesia).....	92