



**Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan
Loyalitas Pelanggan Pada Kaizen Heritage Coffee**

Tugas Akhir

Diajukan Oleh :

Muhsin

44218110156

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhsin
NIM : 44218110156
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public
Relations Dalam Mempertahankan
Loyalitas Pelanggan Pada Kaizen
Heritage Coffee

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 2 September 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhsin

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhsin
NIM : 44218110156
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public
Relations Dalam Mempertahankan
Loyalitas Pelanggan Pada Kaizen
Heritage Coffee

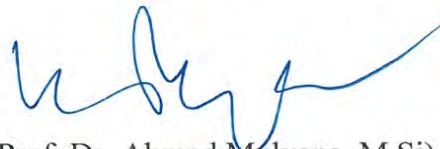
Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom ()
NIDN : 0326089202
Ketua Penguji : Rika Yessica Rahma, M.Ikom ()
NIDN : 0314057804
Penguji Ahli : Christina Arsi Lestari, M.Ikom ()
NIDN : 0324028801

Jakarta, 2 September 2024
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Muhsin
NIM : 44218110156
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public
Relations Dalam Mempertankan
Loyalitas Pelanggan Pada Kaizen
Heritage Coffee

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 2 September 2024

Yang menyatakan,



(Muhsin)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir. Tanpa pertolongannya mungkin Seminar Proposal ini tidak terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun dengan penuh rintangan baik yang datang dari peneliti maupun dari luar, namun dengan penuh kesabaran dan terutama dengan adanya pertolongan dari Allah SWT, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Seminar Proposal ini memuat topik tentang **“Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Kaizen Heritage Coffee”**. Penulis sadar betul masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan ini, besar harapan penulis agar penelitian ini dapat menjadi sempurna, maka dapat dilengkapi dengan penelitian-penelitian selanjutnya. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini :

1. Ibu Siti Muslichatul, S.Ikom, M. Ikom selaku Dosen pembimbing dan Sekprodi yang senantiasa memberikan arahan dan dukungannya.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ayahanda tercinta Bapak Ali Idrus atas segala dorongan dan doa restu yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi
5. Almarhumah Fauziah ibunda tercinta yang sudah tiada, dan selalu menjadi semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi
6. Ahmad Farhat selaku kakak tercinta yang selalu menjadi support sistem serta selalu mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi
7. Adrian selaku sahabat yang selalu mendukung penulis Menyusun skripsi
8. Teruntuk semua keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa, saling menyemangati sampai dengan penyusunan skripsi ini selesai
9. Semua sahabat di Universitas Mercu buana yang selalu memberikan dukungan dan doa, saling menyemangati sampai dengan penyusunan skripsi ini selesai
10. Taufik selaku Co-Founder Kaizen Heitage Coffee sebagai narasumber
11. Abdullah Syamil selaku Head Barista Kaien Heritage sebagai Narasumber
12. Ahmad selaku konsumen Kaizen Heritage Coffee sebagai Narasumber
13. Dhanty selaku konusmen Kaizen Heritage Coffee sebagai Narasumber

Semoga Allah SWT memberikan limpahan Rahmat dan balasan yang berlipat kepada semuanya yang telah membantu. Diharapkan Tugas Akhir ini dapat sesuai dengan tujuan dan manfaat bagi orang lain dan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, diharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 2 September 2024



Muhsin



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Muhsin

Nim 44218110156

Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan
Loyalitas Pelanggan Pada Kaizen Heritage Coffee

Pembimbing : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom

ABSTRAK

Kaizen Heritage Coffee sebagai objek penelitian merupakan salah satu Coffee Shop. Banyaknya Coffee Shop (Kompetitor) yang ada di wilayah Kemayoran, Jakarta Pusat membuat Coffee Shop berlomba-lomba melakukan strategi untuk mendapatkan konsumen. Hal tersebut dibangun melalui berbagai pelayanan yang diberikan oleh Coffee Shop dengan sebaik mungkin serta memenuhi segala kebutuhan konsumen, sehingga dapat terus mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan yaitu *Pull*, *Push* dan *Pass* strategi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, dengan teknik pengumpulan data dan menggunakan cara triangulasi atau gabungan. Data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara Key Informan dan Informan, serta dokumentasi, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Hasil Penelitian ini dapat menunjukkan bahwa Kaizen Heritage Coffee melakukan berbagai kegiatan *Marketing Public Relations* seperti *Pull* Strategi : sering mengadakan promo diskon khusus, kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan *exposure* dan menarik konsumen baru dan Mengadakan acara reguler seperti live music memberikan alasan tambahan bagi pelanggan untuk datang dan berkunjung kembali. *Push* Strategi: melibatkan komunikasi langsung dengan konsumen dan up selling serta memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. *Pass* Strategi : memanfaatkan feedback pelanggan dan ulasan online untuk membangun reputasi yang positif.

Kata Kunci : Strategi *Marketing Public Relations*, Strategi *Pull*, Strategi *Push*, Strategi *Pass*

Name : Muhsin
Nim 44218110156
Thesis Title : Marketing Public Relations Strategy in Maintaining Customer Loyalty at Kaizen Heritage Coffee
Supervisor : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom

ABSTRACT

Kaizen Heritage Coffee as the object of research is one of the Coffee Shops. The number of Coffee Shops (Competitors) in the Kemayoran area, Central Jakarta makes Coffee Shops compete to carry out strategies to get consumers. This is built through various services provided by the Coffee Shop as well as possible and fulfilling all consumer needs, so that they can continue to maintain customer loyalty. This study uses a qualitative descriptive approach and a constructivism paradigm. The theory used is Pull, Push and Pass strategy. The method used in this study is descriptive, with data collection techniques and using triangulation or combined methods. Data collected through observation, interviews with Key Informants and Informants, as well as documentation, and drawing conclusions or verification. The results of this study can show that Kaizen Heritage Coffee carries out various Marketing Public Relations activities such as Pull Strategy: often holding special discount promos, collaborating with influencers to increase exposure and attract new consumers and holding regular events such as live music to provide additional reasons for customers to come and visit again. Push Strategy: involves direct communication with consumers and up selling and providing the best service to customers. Pass Strategy: utilizing customer feedback and online reviews to build a positive reputation.

Keywords : Strategy Marketing Public Relations, Strategy Pull, Strategy Push, Strategy Pass

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis	15
2.2.1 Komunikasi.....	15
2.2.2 Public Relations	18
2.2.3 Marketing Public Relations	27
2.2.4 Loyalitas Pelanggan.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Paradigma Penelitian	37

3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Subjek Penelitian.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Data Premier.....	40
3.4.2 Data Sekunder.....	41
3.5 Teknik Analisis Data.....	41
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Kaizen Heritage.....	44
4.1.1 Logo Kaizen Heritage	45
4.1.2 Visi dan Misi Kaizen Heritage.....	46
4.1.3 Struktur Organisasi	47
4.1.4 Toko Kaizen Heritage	47
4.1.5 Menu Kaizen Heritage	48
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Public Relations dalam Kaizen Heritage.....	49
4.2.2 Strategi Marketing Public Relations Kaizen Heritage	50
4.2.3 Upaya Kaizen Heritage Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan ...	58
4.3 Pembahasan.....	66
4.3.1 Public Relations Kaizen Heritage Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	66
4.3.2 Tujuan dan Fungsi Public Relations Kaizen Heritage.....	67
4.3.3 Peran dan Kegiatan Public Relations Kaizen Heritage	69
4.3.4 Ruang Lingkup Kaizen Heritage.....	70
4.3.5 Strategi Marketing Public Relations Kaizen Heritage	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
5.2.1 Saran Akademis	76

5.2.2 Saran Praktis.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	79



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data keunikan/kelebihan Kompetitor	3
--	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Suana Kaizen Heritage	6
Gambar 4. 1 Logo Kaizen Heritage	50
Gambar 4. 2 Toko Kaizen Heritage	52
Gambar 4. 3 Daftar Menu Kaizen Heritage.....	53
Gambar 4. 4 Acara event music Kaizen	55
Gambar 4. 5 Komunitas Musik	56
Gambar 4. 6 Collab dengan Influencer	59
Gambar 4. 7 Event Live Music	60
Gambar 4. 8 Review ulasan dari Google.....	63
Gambar 4. 9 Menu Bundling.....	66
Gambar 4. 10 Menu Bundling Ramadhan.....	67
Gambar 4. 11 Dapat Diskon Dengan Membawa Thumblr Kaizen Heritage	70

