



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ARYA COFFEE
ROASTERY DALAM MENJAGA LOYALITAS KONSUMEN
(PERIODE 2023-2024)**



Muhammad Roiyhan Adinegara
44318110059

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Roiyhan Adinegara

NIM : 44318110059

Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Arya Coffee Roastery

Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen (Periode 2023/2024)

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 6 Februari 2025



Muhammad Roiyhan Adinegara

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Roiyhan Adinegara

NIM : 4318110059

Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Arya Coffee Roastery Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen (Periode 2023/2024)

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 Komunikasi Pemasaran dan Periklanan, Fakultas Ilmu Komunikasi

Disahkan oleh:

Pembimbing 1: : Wulansari Budiastuti, S.T., M.Si
NIDN : 0309047906

Ketua Penguji : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si
NIDN : 0319027201

Penguji Ahli : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed
NIDN : 0316088201

Jakarta, 15 Februari 2025
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "*Strategi Komunikasi Pemasaran Arya Coffee Roastery Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen (Periode 2023/2024)*" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan, Universitas Mercu Buana.

Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Ibu Wulansari Budiastuti, S.T., M.Si.**, selaku pembimbing skripsi, yang dengan sabar dan penuh perhatian memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penulisan skripsi ini.
2. **Bapak Surya Adinegara dan Ibu Tri Ainingsih**, orang tua saya yang selalu memberikan dukungan, cinta, dan doa yang tiada henti. .
3. **Radhita Zahra Issaura**, yang selalu mendampingi proses penelitian ini.
4. Semua dosen dan staf pengajar di Program Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan, Universitas Mercu Buana, dan semua pihak yang tidak yang telah membantu dan memberikan kontribusi selama penyusunan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi maupun penyajian.

Jakarta, 6 Februari 2025

Penulis,

Muhammad Roiyhan Adinegara

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Roiyhan Adinegara
NIM : 44318110059
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Arya Coffee Roastery Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen (Periode 2023/2024)

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.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalih media/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, 6 Februari 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Roiyhan
Adinegara

ABSTRAK

Nama : Muhammad Roiyhan Adinegara

NIM : .44318110059

Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Arya Coffee Roastery

Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen (Periode 2023/2024)

Pembimbing : Wulansari Budiastuti, S.T.,M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran di Arya Coffee Roastery dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Variabel yang diteliti meliputi bauran dan strategi komunikasi pemasaran, analisis swot, serta loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus.

Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dengan periode penelitian 2023–2024. Subjek penelitian mencakup CEO, *Brand Manager*, dan konsumen Arya Coffee Roastery, baik dari segmen B2B maupun B2C. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan total enam informan. Data dianalisis menggunakan metode interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Arya Coffee Roastery mengintegrasikan pendekatan edukasi melalui kelas kopi, *coffee cupping*, dan pelatihan barista, pembentukan komunitas kopi yang rutin mengadakan gathering, serta layanan *personal* dan *after-sales* yang responsif sebagai pilar utama strategi komunikasinya. Strategi tersebut berhasil meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang tercermin dari pembelian berulang dan rekomendasi *word-of-mouth*.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan perusahaan terletak pada konsistensi kualitas produk dan reputasi pendiri, sedangkan kelemahan muncul dari keterbatasan stok dan strategi pemasaran digital yang masih perlu dikembangkan. Implikasi penelitian ini memberikan rekomendasi strategis untuk memperkuat pemasaran digital dan manajemen pasokan guna mempertahankan serta memperluas loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri kopi spesialti yang semakin ketat.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Digital Marketing, Loyalitas Konsumen, Arya Coffee Roastery.

ABSTRACT

Name :Muhammad Roiyhan Adinegara

NIM : 44318110059

Study Program : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Title Thesis : Arya Coffee Roastery's Marketing Communication Strategy in Maintaining Consumer Loyalty (2023/2024 Period)

Counsellor : Wulansari Budiastuti, S.T.,M.Si.

This study aims to analyze the marketing communication strategy at Arya Coffee Roastery in maintaining consumer loyalty. The variables studied include marketing communication mix and strategy, SWOT analysis, and consumer loyalty. This study uses a descriptive qualitative approach with a case study method.

Data were obtained through in-depth interviews, observations, and documentation with a research period of 2023–2024. The research subjects included the CEO, Brand Manager, and consumers of Arya Coffee Roastery, both from the B2B and B2C segments. The sampling technique was purposive sampling with a total of six informants. Data were analyzed using the Miles and Huberman interactive method which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of the study show that Arya Coffee Roastery integrates an educational approach through coffee classes, coffee cupping, and barista training, the formation of a coffee community that regularly holds gatherings, and responsive personal and after-sales services as the main pillars of its communication strategy. This strategy has succeeded in increasing customer satisfaction and loyalty, as reflected in repeat purchases and word-of-mouth recommendations.

SWOT analysis shows that the company's strengths lie in the consistency of product quality and the founder's reputation, while weaknesses arise from limited stock and digital marketing strategies that still need to be developed. The implications of this study provide strategic recommendations for strengthening digital marketing and supply management in order to maintain and expand customer loyalty amidst the increasingly tight competition in the specialty coffee industry.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Digital Marketing, Consumer Loyalty, Arya Coffee Roastery.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABLE	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kajian Teoretis	13
2.2.1 Bauran dan Strategi Komunikasi Pemasaran	13
2.2 Analisis SWOT dalam Strategi Komunikasi Pemasaran	16
2.2.3 Loyalitas Konsumen	18
2.2.4 Diferensiasi	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Paradigma Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian	24
3.3 Subjek Penelitian	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.4.1 Data Primer	26

3.4.2 Data Sekunder	27
3.5 Teknik Analisis Data	27
3.5.1 Reduksi Data	28
3.5.2 Penyajian Data	28
3.5.3 Penarikan Kesimpulan	28
3.6 Teknik Keabsahan Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	30
4.1.1 Sejarah Perusahaan	30
4.1.2 Logo Perusahaan	31
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	31
4.1.4 Model Bisnis	32
4.1.5 Produk dan Layanan	33
4.1.6 Target Pasar	33
4.2 Hasil Penelitian	34
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Arya Coffee Roastery	34
4.2.2 <i>Digital Marketing</i> Arya Coffee Roastery	37
4.2.3 Loyalitas Pelanggan Arya Coffee Roastery	38
4.2.4 Masalah dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Arya Coffee	39
4.2.5 Analisis SWOT Arya Coffee Roastery	41
4.2.6 Strategi Komunikasi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT	50
4.3 Pembahasan	53
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Arya Coffee Roastery	53
4.3.2 Loyalitas Pelanggan Arya Coffee Roastery	54
4.3.3 Diferensiasi Arya Coffee Roastery	55
4.3.4 <i>Digital Marketing</i> Arya Coffee Roastery	57
4.3.5 Analisisa SWOT Arya Coffee Roastery	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2.1 Saran Akademis	63
5.2.2 Saran Praktis	63

DAFTAR PUSTAKA

64

LAMPIRAN

67



DAFTAR TABLE

Table 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	19
Table 3.3 Subjek Penelitian	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Arya Coffee Roastery

39

