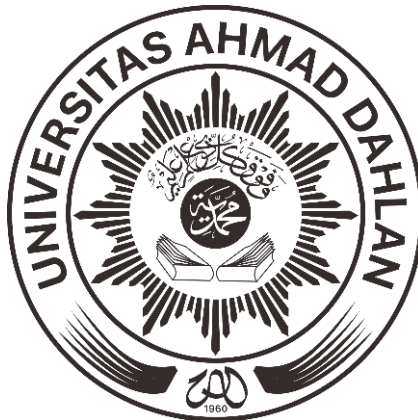


**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SWALCO COFFEE DALAM
UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan



Disusun Oleh:

SHAKIRA ATHILLA FARALENNI

2100030125

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SWALCO COFFEE DALAM
UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN DI YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu
Syarat untuk Meraih Gelar *Sarjana Ilmu Komunikasi*
di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra, Budaya, dan
Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan



Oleh:

SHAKIRA ATHILLA FARALENNI

2100030125

Telah disetujui pada tanggal 7 April 2025 oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing



Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si.
NIPM. 197901022012021111078525

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SWALCO COFFEE DALAM
UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN
DI YOGYAKARTA

SKRIPSI

Oleh:

SHAKIRA ATHILLA FARALENNI

2100030125

Skripsi ini telah dipertahankan di depan panitian ujian skripsi pada tanggal 20 Maret 2025 dan dinyatakan diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar *Sarjana Ilmu Komunikasi* di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.


Panitia Ujian Skripsi

1. Ketua : Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si.
2. Penguji I : Iva Fikrani Deslia, S.IP., M.A.
3. Penguji II : Arif Ardy Wibowo, S.Sn., M.Sn.

Yogyakarta, 27 Maret 2025

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Dekan


Wajiran, S.S., M.A., Ph.D.
NIPM. 19791218 200309 111 0900733

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shakira Athilla Faralenni

NIM : 210003015 Email : shakira2100030125@webmail.uad.ac.id

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SWALCO COFFEE DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN DI YOGYAKARTA**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya ajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) merupakan hasil pekerja saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan di perguruan tinggi lain kecuali bagian-bagian tertentu yang saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan etika penulisan karya ilmiah, bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 8 April 2025

Kepala Program Studi,



Fitriananda An-Nur, S.I.Kom., M.A.

NIPM. 199306052018100111311335

Yang menyatakan,



Shakira Athilla Faralenni

NIM. 2100030125

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SHAKIRA ATHILLA FARALENNI
NIM : 2100030125
Email : shakira2100030125@webmail.uad.ac.id
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Judul Tesis : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SWALCO COFFEE DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN DI YOGYAKARTA

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah mendapatkan gelar keserjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian dan implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 7 April 2025

Yang Menyatakan



(Shakira Athilla Faralenni)

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shakira Athilla Faralenni

NIM : 210003015

Email : shakira2100030125@webmail.uad.ac.id

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul tugas akhir : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SWALCO COFFEE
DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN DI YOGYAKARTA

Dengan ini saya menyerahkan hak *sepenuhnya* kepada Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut.

Saya (mengijinkan/~~tidak mengijinkan~~)* karya tersebut diunggah ke dalam Repository Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 7 April 2025



Shakira Athilla Faralenni

Mengetahui,

Pembimbing**



Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si.

Ket:

*coret salah satu

**jika diijinkan TA dipublish maka ditandatangani dosen pembimbing dan mahasiswa

MOTTO

Allah adalah sebaik-baiknya penolong

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya peneliti dipersembahkan kepada:

Orangtua penulis yang telah memberikan doa dan dukungan.

Kakak penulis yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Bapak Ibu Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UAD, atas bimbingan dan arahnya.

Teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi UAD.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat hidayah-Nya, sehingga kita masih diberi izin serta kesempatan untuk dapat menyelesaikan tugas dan kewajiban kita. Sholawat serta salam kita haturkan pada Junjungan Besar Nabi Muhammad SAW.

Skripsi dengan judul **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SWALCO COFFEE DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN DI YOGYAKARTA** ini merupakan suatu persyaratan untuk menempuh gelar strata 1 (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

Di dalam melakukan penelitian terkait skripsi tersebut, tentunya peneliti tidak dapat bekerja maksimal tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itulah dalam kesempatan ini, peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Prof. Dr. Muchlas, M.T. selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan.
3. Wajiran, S.S., M.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi.
4. Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

5. Dr. Ardiyanto Wardhana S.Sos., M.S.Si., selaku Dosen pembimbing skripsi serta sosok panutan yang selalu membantu saya dalam segala hal.
6. Dosen penguji
7. Bapak/Ibu Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
8. Bapak/Ibu Segenap Karyawan di Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
9. Orang tua tercinta Alm. Bapak Parajiyanto dan Ibu Lenni Sovia Dewi yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk penulis.
10. Kakak penulis Salsabila Athalla Faralenni dan Yoga Dwi Pambudi yang selalu memberikan dukungan dan hiburan penulis serta fasilitas yang diberikan kepada penulis.
11. Dimas Aliftya Naufal yang memberikan dukungan kepada saya.
12. Teman-teman dan sahabat saya yang telah mendukung, membantu dan memberikan semangat kepada penulis dengan kondisi apapun.

13. Teman-teman seperjuangan selama kuliah di Prodi Ilmu Komunikasi UAD Angkatan 2021 yang telah bersama-sama melewati proses perkuliahan dengan penuh semangat hingga akhir.
14. seluruh pihak yang mendukung penulis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungannya.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam kajian Ilmu Komunikasi.

Yogyakarta, 8 April 2025



Shakira Athilla Faralenni

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR.....	3
DAFTAR TABEL	4
DAFTAR BAGAN	5
INTISARI.....	6
BAB I.....	8
PENDAHULUAN.....	8
A. Latar Belakang Masalah.....	8
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	15
E. Limitasi Penelitian.....	16
F. Kajian Pustaka	16
G. Kerangka Pemikiran	38
H. Metode Penelitian.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Volume Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2017-2022.....	9
Gambar 1.2 Peta Persebaran Usaha Coffee Shop di Kota Yogyakarta 2022.....	13
Gambar 1.3 Data Pengunjung Swalco Coffee pada Juli-Desember 2024	14
Gambar 1.4 Piramida Loyalitas	30
Gambar 2.2 Logo Swalco Coffee	48
Gambar 3.1 Produk Swalco Coffee	76
Gambar 3.2 Menu Swalco Coffee	78
Gambar 3.4 Lokasi Swalco Coffee dalam Google Maps	82
Gambar 3.11 Tempat pemesanan di Swalco Coffee	90
Gambar 3.12 Indoor Swalco Coffee.....	90
Gambar 3.13 Outdoor di Swalco Coffee	91
Gambar 3.14 Rooftop Swalco Coffee	91
Gambar 3.15 Logo pada bangunan depan Swalco Coffee	93
Gambar 3.16 Logo pada kemasan Swalco Coffee.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 3 Penelitian Terdahulu.....	18
--------------------------------------	----

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran.....	38
-----------------------------------	----

INTISARI

Penelitian ini membahas Strategi Komunikasi Pemasaran Swalco Coffee Dalam Upaya Mempertahankan Loyalitas Konsumen di Yogyakarta. Hal ini berkaitan dengan tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Swalco Coffee dalam upaya mempertahankan loyalitas konsumen di Swalco Coffee di Yogyakarta menggunakan konsep bauran pemasaran 7P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Process* (proses) dan *Physical Evidence* (bukti fisik).

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif triangulasi sumber dan triangulasi teknik untuk mendapatkan data yang sama mengenai strategi komunikasi pemasaran Swalco Coffee dalam upaya mempertahankan loyalitas konsumen di Yogyakarta. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara, observasi, serta dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini yaitu Strategi *product* (produk) yang dilakukan Swalco Coffee dibedakan menjadi dua, *dine in* dan *online order*. Swalco Coffee memiliki menu andalannya yaitu *essential walet* dan *kopi walet*. Desain produk, bahan baku serta konsistensi rasa merupakan aspek yang diperhatikan memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam strategi *price* (harga) Swalco Coffee menetapkan harga dengan mempertimbangkan HPP (Harga Pokok Penjualan), target pasar serta lokasi. Strategi *place* (tempat) Swalco Coffee berada di lokasi yang strategis, Swalco Coffee juga menyediakan lokasi melalui *Google Maps* serta dicantumkan pada biodata *Instagram*. Strategi *promotion* (promosi) Swalco Coffee memaksimalkan promosi pada media sosial Instagram serta mengadakan *event* dan *workshop*. Strategi *people* (orang) Swalco Coffee memperhatikan kualitas orang atau karyawannya dengan melakukan *training* atau pelatihan maksimal selama satu minggu bagi karyawan baru dan mengajarkan karyawannya untuk dapat melayani konsumen dengan baik. Strategi *process* (proses) Swalco Coffee memperhatikan pelayanan konsumen. Strategi *physical evidence* (bukti fisik) Swalco Coffee mencakup konsep industrial dengan didominasi warna monokrom, terdapat pepohonan dan tanaman di halaman depan, menyediakan indoor, outdoor maupun rooftop dan penampilan karyawan yang rapi.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Pemasaran, Teori Bauran Pemasaran

ABSTRACT

This research discusses the Marketing Communication Strategy of Swalco Coffee in an Effort to Maintain Consumer Loyalty in Yogyakarta. This is related to the purpose of the study, namely to determine the marketing communication strategy of Swalco Coffee in an effort to maintain consumer loyalty at Swalco Coffee in Yogyakarta using the 7P *marketing mix* concept *Product, Price, Place, Promotion, People, Process and Physical Evidence*.

In this study, the researcher used qualitative descriptive research methods of source triangulation and technique triangulation to obtain the same data regarding Swalco Coffee's marketing communication strategy in an effort to maintain consumer loyalty in Yogyakarta. Data collection techniques through interviews, observations, and documentation.

The results of this study are the *product strategy* carried out by Swalco Coffee, which is divided into 2, dine in and online order. Swalco Coffee has a mainstay menu, namely essential walet and walet coffee. Product design, raw materials and consistency of taste are aspects that are considered to meet consumer needs. In the *price strategy*, Swalco Coffee sets prices by considering HPP (Cost of Goods Sold), target market and location. Swalco Coffee's *place strategy* is in a strategic location, Swalco Coffee also provides locations via Google Maps and is listed on the Instagram biodata. Swalco Coffee's *promotion strategy* maximizes promotions on Instagram social media and holds events and workshops. Swalco Coffee's *people strategy* pays attention to the quality of its people or employees by conducting training or training for a maximum of one week for new employees and teaching its employees to be able to serve consumers well. Swalco Coffee's *process strategy* pays attention to how to serve consumers. And finally, Swalco Coffee's *physical evidence* strategy includes an industrial concept dominated by monochrome colors, trees and plants in the front yard, providing indoor, outdoor and rooftop areas and a neat employee appearance.

Keywords: Communication Strategy, Marketing, Marketing Mix

