

**STRATEGI PEMASARAN *COFFEE SHOP KOPIJA REBORN*
KLATEN DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan
Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta



Disusun oleh

TRIADINDA DEWI FORTUNA

19.96.1281

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2026

STRATEGI PEMASARAN *COFFEE SHOP KOPIJA REBORN* KLATEN DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan
Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta



Disusun oleh

TRIADINDA DEWI FORTUNA

19.96.1281

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2026

Lembar Persetujuan Skripsi

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN *COFFEE SHOP KOPIJA REBORN* KLATEN DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN

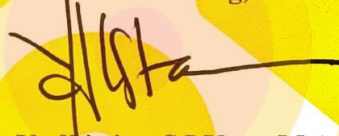
yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Triadinda Dewi Fortuna

19.96.1281

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 15 Januari 2026

Dosen Pembimbing,



Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A.

NIK. 190302435

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN *COFFEE SHOP KOPIJA REBORN* KLATEN DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan Oleh:

TRIADINDA DEWI FORTUNA

19.96.1281

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 18 Februari 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Estiningsih, SE, MM
NIK. 190302443

Mulyadi Erman, S.Ag., M.A
NIK. 190302571

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A.
NIK. 190302435

Tanda Tangan





Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 18 Februari 2026

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D
NIK. 190302125

PERNYATAAN

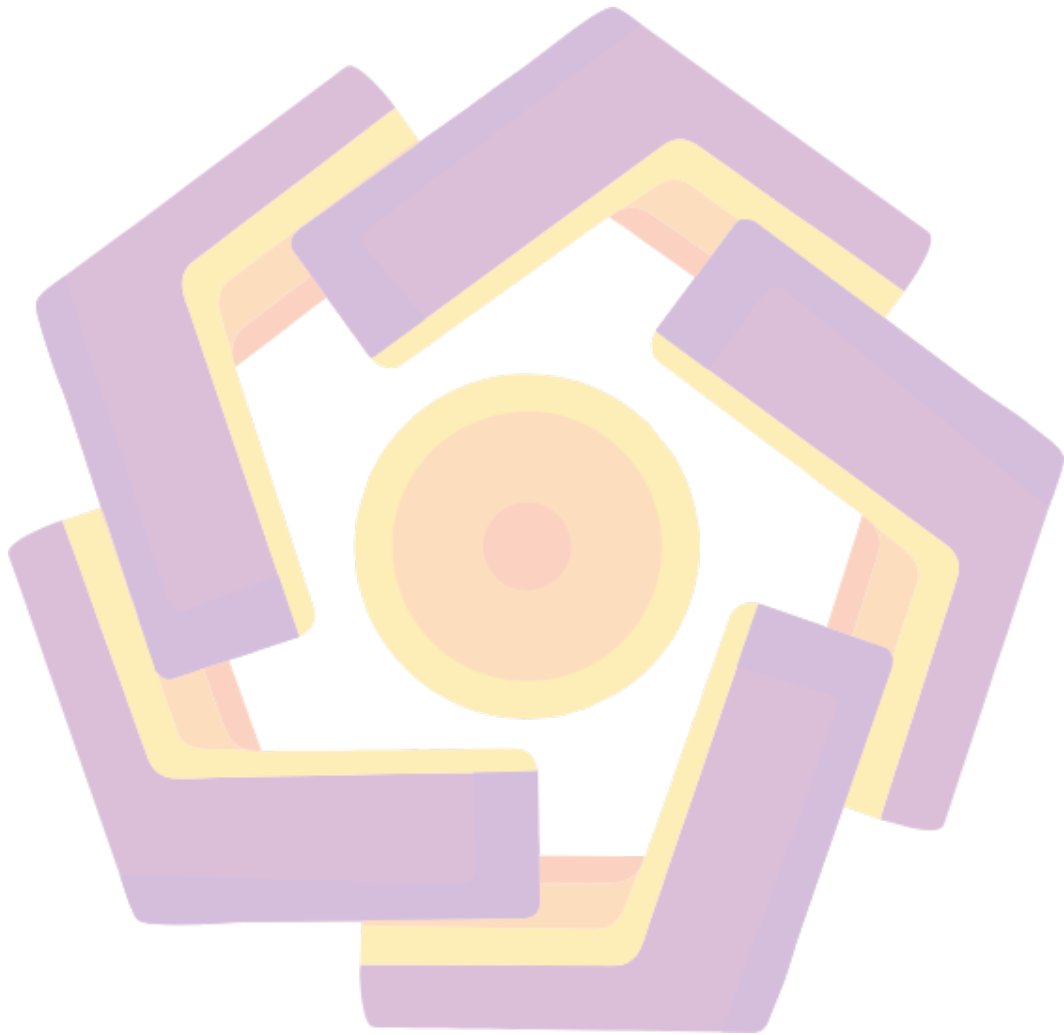
Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya tulis saya dengan (ASLI). Karya tulis ini merupakan penelitian saya sendiri, tanpa terdapat karya milik orang lain yang diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun. Dalam sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang dibuat menjadi tanggung jawab saya pribadi

Klaten,2026



MOTTO

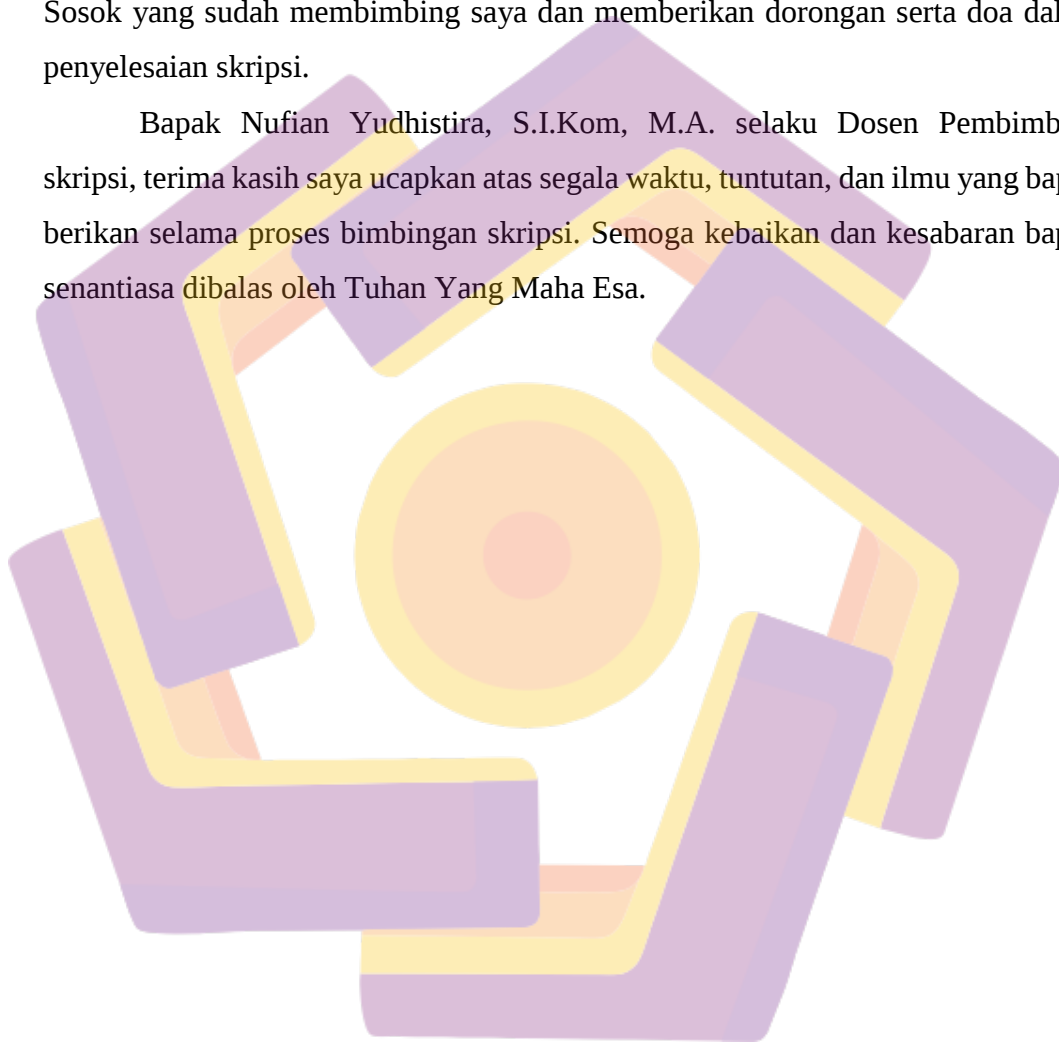
“Ingin menjadi orang lain adalah menyia-nyiakan dirimu.” - Kurt Cobain



PERSEMBAHAN

Puji dan syukur keada Tuhan yang Maha Esa, karena rahmat, berkat, hidayat dan karunia-Nya sehingga proses dalam penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar dan dapat terselesaikan dengan baik. Saya persembahkan tugas akhir skripsi ini kepada orang yang penting dalam kehidupan saya Ibu dan Alm. Bapak terkasih. Sosok yang sudah membimbing saya dan memberikan dorongan serta doa dalam penyelesaian skripsi.

Bapak Nufian Yudhistira, S.I.Kom, M.A. selaku Dosen Pembimbing skripsi, terima kasih saya ucapkan atas segala waktu, tuntutan, dan ilmu yang bapak berikan selama proses bimbingan skripsi. Semoga kebaikan dan kesabaran bapak senantiasa dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa.



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat dan Hidayat-Nya sehingga penelitian dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul : **Strategi Pemasaran *Coffee shop* Kopija Reborn Klaten Dalam Mempertahankan pelanggan**

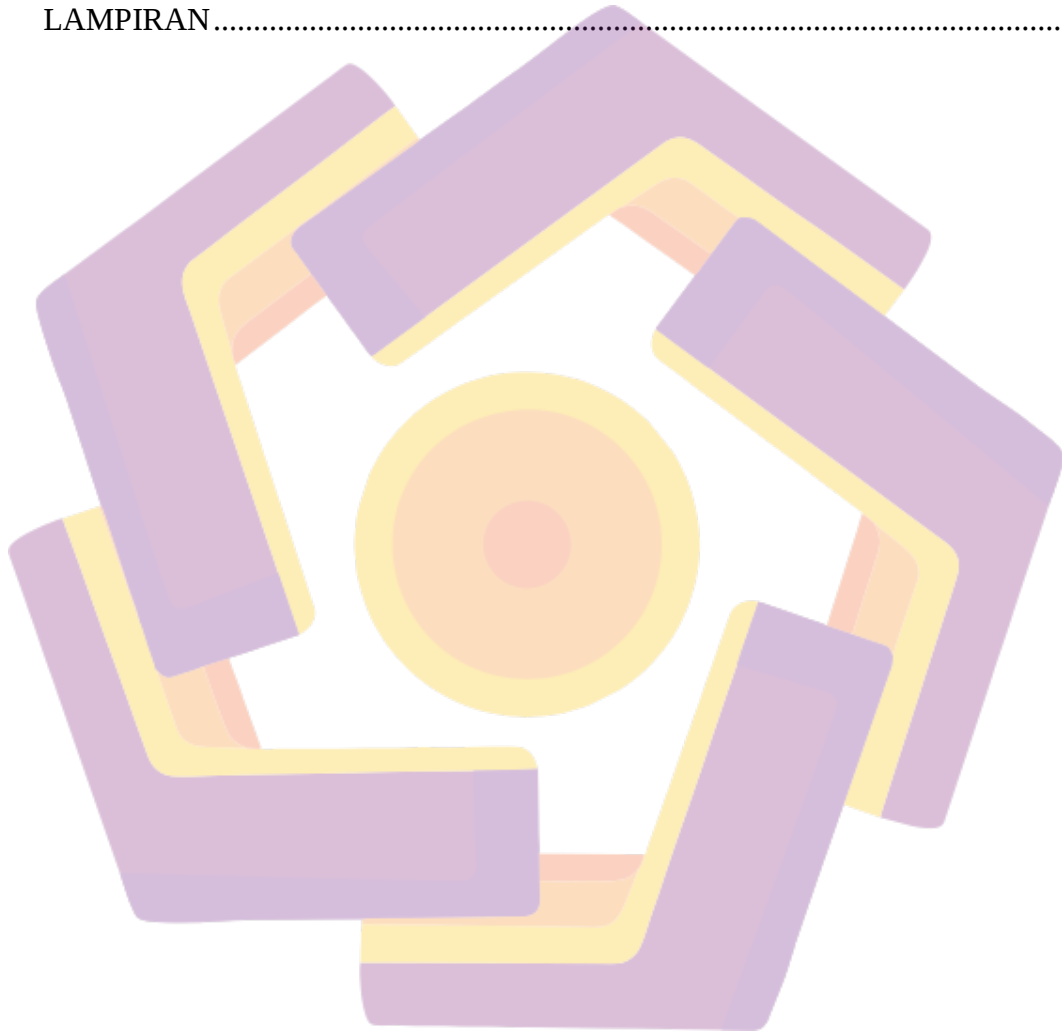
Selama penulisan Skripsi ini penulis mendapatkan banyak tambahan pengetahuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Rivga Agusta, S.IP., M.A. selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Bapak Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing saya dalam mengerjakan skripsi, memberikan ide, saran dan konsep terkait dengan tema skripsi.
5. Owner, barista dan pelanggan *Coffeeshop* Kopija Reborn yang telah membantu dan memberikan izin untuk melakukan penelitian di Coffeeshop Kopija Reborn Klaten
6. Kepada Ibu Sri Suagyastuti dan Alm. Ayah Sudarmanto yang sudah mendukung dan memfasilitasi semuanya. Serta memberikan dukungan semangat untuk fisik dan mental untuk penulis agar tidak pantang menyerah. Terima kasih selalu mementingkan kepentingan anaknya di atas kepentingannya diri sendiri.
7. Kepada kakak saya Kristina Irameta dan Hezen Kristanto yang sudah memberikan arahan untuk pantang menyerah dan memberikan yang terbaik untuk adik tercintanya.
1. Kepada teman saya Umi,Nikita,Ova,Gita,Nabila,Tata, Gabby dan Ilham Dago yang telah banyak membantu dan memberikan saran untuk penulis, terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis selama ini.

DAFTAR ISI

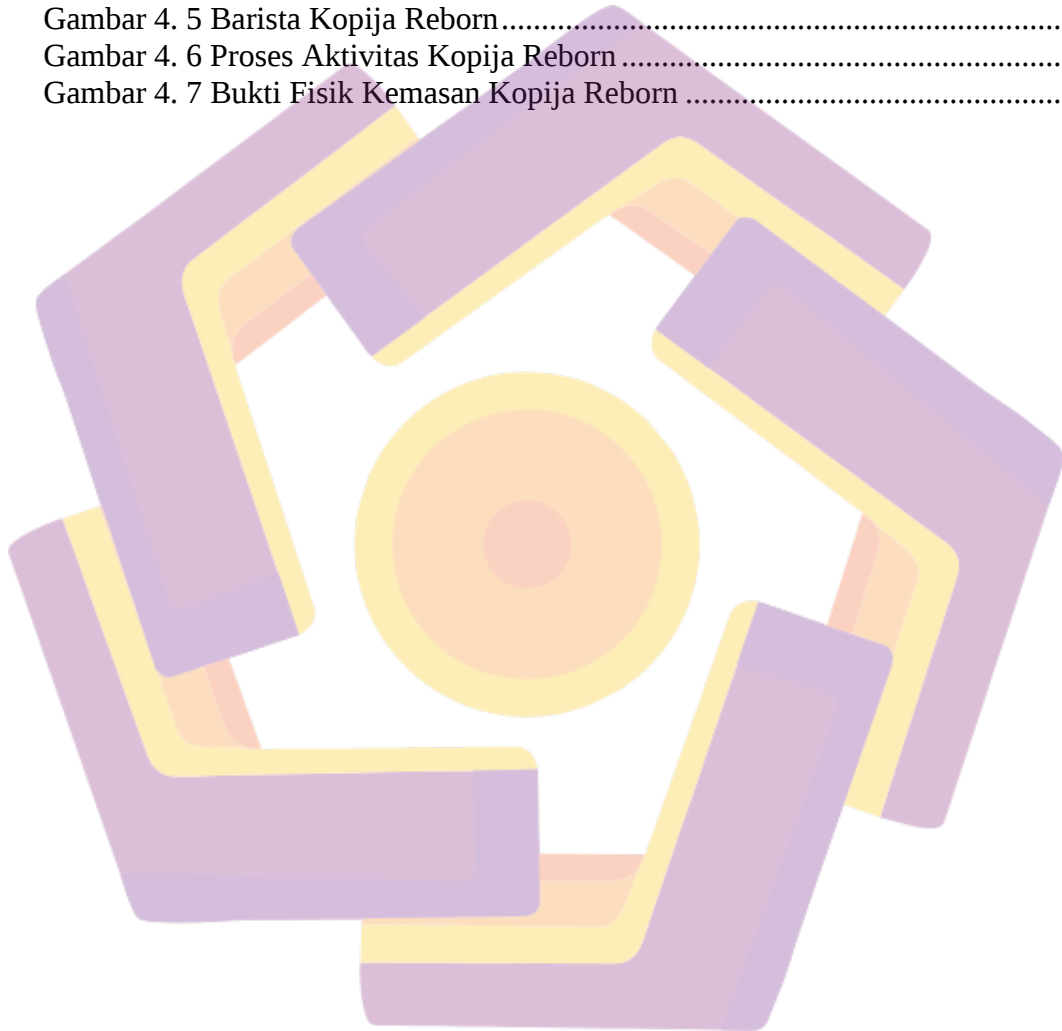
Lembar Persetujuan Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Skripsi	iv
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1. Teori Strategi Komunikasi	8
2.2.3 Inovasi dalam Pemasaran	13
2.2.4 Perilaku Konsumen	14
2.3 Kerangka Penelitian	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian	17
3.2. Sumber Data	17
3.3. Teknik Pengumpulan Data	18
3.4. Teknik Analisis Data	20
3.5. Validitas Data	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1. Profil Kopija <i>Reborn</i>	22
4.2. Analisa Data	24
4.2.1. Sajian Data Hasil Penelitian	24
4.2.2. Pembahasan Hasil Penelitian	27

4.3. Ringkasan Pembahasan	42
4.4. Keterbatasan Penelitian	42
BAB V PENUTUP	43
5.1. Kesimpulan	43
5.2. Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	16
Gambar 4. 1 Produk Kopija <i>Reborn</i>	29
Gambar 4. 2 Daftar Harga Kopija Reborn	31
Gambar 4. 3 Tempat Kopija Reborn	33
Gambar 4. 4 Postingan Feed Instagram Kopija Reborn.....	35
Gambar 4. 5 Barista Kopija Reborn.....	37
Gambar 4. 6 Proses Aktivitas Kopija Reborn	39
Gambar 4. 7 Bukti Fisik Kemasan Kopija Reborn	41



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran *Coffee Shop* Kopija *Reborn* dalam mempertahankan pelanggan di tengah persaingan bisnis *coffee shop* yang semakin ketat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, melalui teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 7P yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process* dan *physical evidence*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kopija *Reborn* menerapkan strategi pemasaran melalui inovasi produk, penetapan harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, serta promosi digital melalui media sosial. Selain itu, pelayanan yang ramah, proses pelayanan yang efisien dan bukti fisik berupa desain ruang yang estetik turut berperan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Integrasi strategi pemasaran tersebut mampu membangun loyalitas pelanggan serta memperkuat posisi Kopija *Reborn* di industri *coffee shop* lokal. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran berbasis bauran pemasaran 7P efektif dalam mempertahankan pelanggan, namun perlu dilakukan inovasi berkelanjutan dan optimalisasi promosi digital untuk meningkat daya saing usaha.

Kata Kunci : Coffeeshop, Pemasaran, Pelanggan, Strategi

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing strategies implemented by Kopija Reborn Coffee Shop in Klaten to maintain customer loyalty amid increasing competition in the coffee shop industry. This research adopts a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and analyzed using the 7P marketing mix framework, consisting of product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence.

The findings reveal that Kopija Reborn applies marketing strategies through product innovation, competitive pricing, a strategic location, and digital promotion via social media platforms. Additionally, friendly service, efficient service processes, and physical evidence in the form of an aesthetically designed interior contribute to a positive customer experience. The integration of these marketing strategies plays a significant role in building customer loyalty and strengthening Kopija Reborn's position in the local coffee shop market.

In conclusion, the implementation of marketing strategies based on the 7P marketing mix is effective in maintaining customer loyalty. However, continuous innovation and the optimization of digital marketing are necessary to enhance business competitiveness.

keyword : Coffeeshop, Customer, Marketing, Strategy