

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CIMOL BOJOT
TEH NANI DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

SALSA BELA BUDI UTAMI

22.96.3155

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CIMOL BOJOT
TEH NANI DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

SALSA BELA BUDI UTAMI

22.96.3155

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CIMOL BOJOT TEH NANI
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Salsa Bela Budi Utami
22.96.3155

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 20 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIK. 190302485

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CIMOL BOJOT TEH NANI
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Salsa Bela Budi Utami
22.96.3155

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 20 Februari 2026

Nama Penguji

Dr. Nurbayti, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302363

Estiningsih, SE,MM
NIK. 190302443

Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIK. 190302485

Tanda Tangan

Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 20 Februari 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Salsa Bela Budi Utami
NIM : 22.96.3155

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Strategi Komunikasi Pemasaran Cimol Bojot Teh Nani dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Dosen Pembimbing : Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom.,M.Med.Kom

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 20 Februari 2026

Yang Menyatakan,

Salsa Bela Budi Utami

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah atas izin Allah SWT, yang telah memberikan saya kekuatan untuk menyelesaikan skripsi saya ini. Saya selalu mengucapkan sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Dalam setiap langkah, saya berusaha mewujudkan impian saya. Untuk itu, saya membuat karya skripsi ini untuk kedua orang tua yang saya sayangi dan banggakan.

Karya ini adalah tanda hormat, bakti dan rasa terima kasih yang tak terhingga terhadap kedua orang tua saya, Bapak Hari Narcolis dan Almh Ibu Sri Pujiati yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan dan pengorbanan tanpa henti. Terima kasih atas segala perjuangan dan kepercayaan yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan ini.

Terima Kasih terlebih kepada Salsa Bela Budi Utami atas kegigihan, kesabaran, dan tekad yang telah dipertahankan. Terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih atas keteguhan hati ini untuk terus melangkah maju, bahkan ketika langkah-langkah ini terasa berat. Skripsi ini menjadi bukti bahwa kamu mampu melewati setiap tantangan, dan rasa takut. Setiap proses yang dilalui menjadi bukti bahwa mampu bertahan dan terus berjuang hingga akhir. Tetaplah semangat dan terus berusaha, karena pencapaian ini bukanlah akhir perjalanan melainkan awal dari perjalanan menuju kesuksesan.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas Rahmat dan karunia-nya, sholawat dan salam untuk junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Tugas akhir ini yang dibuat oleh penulis berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Cimol Bojot Teh Nani dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan”. Laporan ini merupakan hasil penelitian penulis terkait Strategi Komunikasi Pemasaran yang dibangun oleh Cimol Bojot Teh Nani dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.

Tujuan penyusunan laporan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Keberhasilan dan kelancaran penyusunan laporan kegiatan ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Mohammad Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta..
3. Ibu Rifga Agusta, S.IP.,M.A. Selaku Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom.,M.Med.Kom. Selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan memberikan ilmu dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Ibu Monika Pretty Aprilia, S.I.P.,M.Si. Selaku Dosen Wali.
6. Pemilik Cimol Bojot Teh Nani, Bapak Danada dan karyawan yang telah bersedia menjadi narasumber penulis.
7. Pintu surgaku, kedua orang tua penulis yaitu Bapak Hari Narcolis dan Ibu tersayang Almh. Sri Pujiati, kedua orang tua yang sangat hebat selalu menjadi penyemangat penulis, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi kepada penulis. Bapak

dan Ibu adalah inspirasi terbesar penulis, sumber kekuatan penulis dan alasan penulis untuk terus maju. Terima kasih karena selalu berjuang untuk kehidupan penulis, terima kasih untuk doa dan dukungannya dari bapak dan ibu. Berkat bapak dan ibu penulis bisa berada dititik ini.

8. Kakak tersayang, Andriana Kusuma Putri, terima kasih atas segala doa, dukungan baik secara material ataupun spiritual yang selalu diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena selalu sabar saat penulis merasa lelah dan menguatkan penulis ketika hampir menyerah. Semoga setiap kebaikan, perhatian, dan doa yang kakak berikan dibalas dengan kebahagiaan serta keberkahan yang berlipat ganda.
9. Untuk sahabat, Anggi, Citra, Devi, Alya, terima kasih atas dukungan, kebersamaan, dan semangat yang selalu kalian berikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudah saling menguatkan, saling membantu ketika ada kesulitan dan menjadi tempat berbagi cerita di tengah tekanan tugas akhir. Kebersamaan dan motivasi kalian sangat berarti bagi penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan atas keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis berharap dan terbuka atas kritik dan saran yang diberikan demi kebaikan dan kemajuan penulis untuk masa mendatang. Diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis serta bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 20 Februari 2026

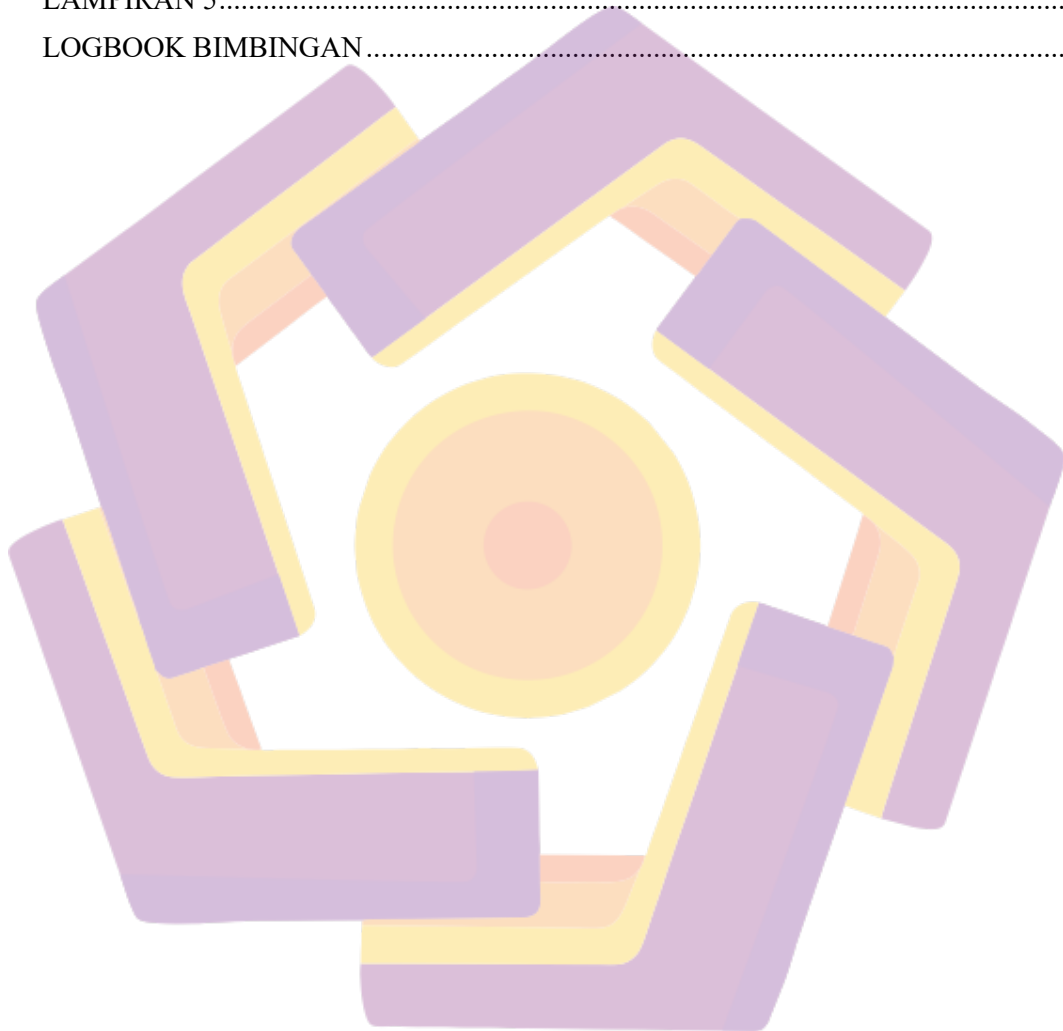
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
TABEL.....	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika penulisan	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Sebelumnya	12
2.2 Landasan Teori	17
2.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	17
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	18
2.1.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran	19
2.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran 7P	20
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	24
2.1.5 Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	24
2.1.6 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	25
2.1.7 Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	27
2.2 Kerangka Berpikir	29
BAB III	31

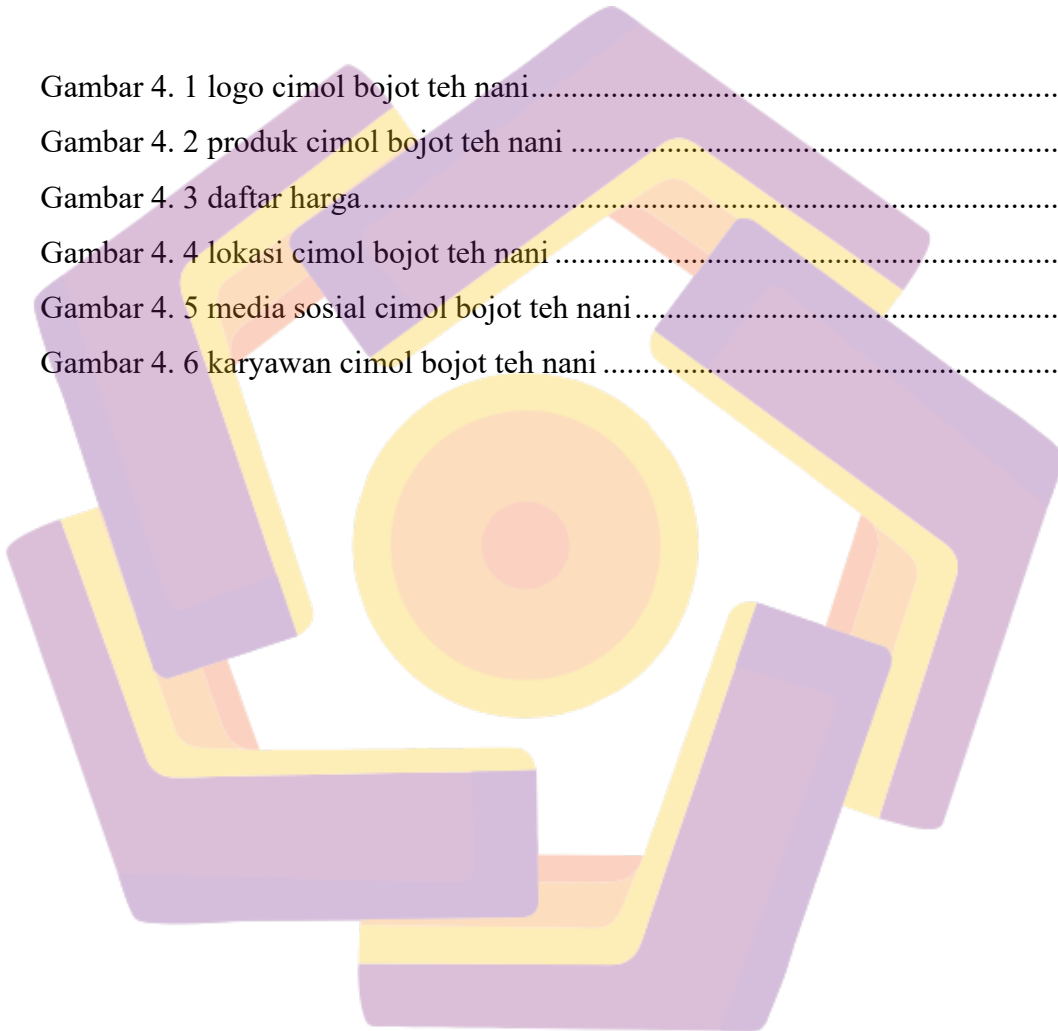
METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Pendekatan Penelitian	32
3.3 Metode Penelitian	32
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	33
3.4.1 Subjek Penelitian	33
3.4.2 Objek Penelitian	33
3.5 Teknik Pengambilan Data	34
3.6 Waktu Penelitian	35
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.8 Teknik Keabsahan Data	38
BAB IV	39
TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Profil Usaha	39
4.2 Profil Informan	40
4.3 Temuan Penelitian	40
4.3.1 Bauran Komunikasi Pemasaran 7p	41
1. Product	41
2. Price.....	43
3. Place	46
4. Promotion.....	48
5. People.....	50
6. Process.....	52
7. Physical Evidence	55
4.3. 2 Loyalitas Pelanggan	57
4.3.2.1 Melakukan pembelian ulang	57
4.3.2.2 Merekomendasikan Produk.....	58
4.3.2.3 Menunjukkan daya tarik produk dari pesaing.....	60
4.4 Pembahasan	61
5.1 Kesimpulan	68
BAB V	68
PENUTUP	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN 1.....	73
TRANSKRIP WAWANCARA	73

LAMPIRAN 2.....	93
DOKUMENTASI WAWANCARA DAN OBSERVASI	93
LAMPIRAN 3.....	95
HASIL TURNITIN.....	95
LAMPIRAN 4.....	96
SURAT PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING	96
LAMPIRAN 5.....	97
LOGBOOK BIMBINGAN.....	97



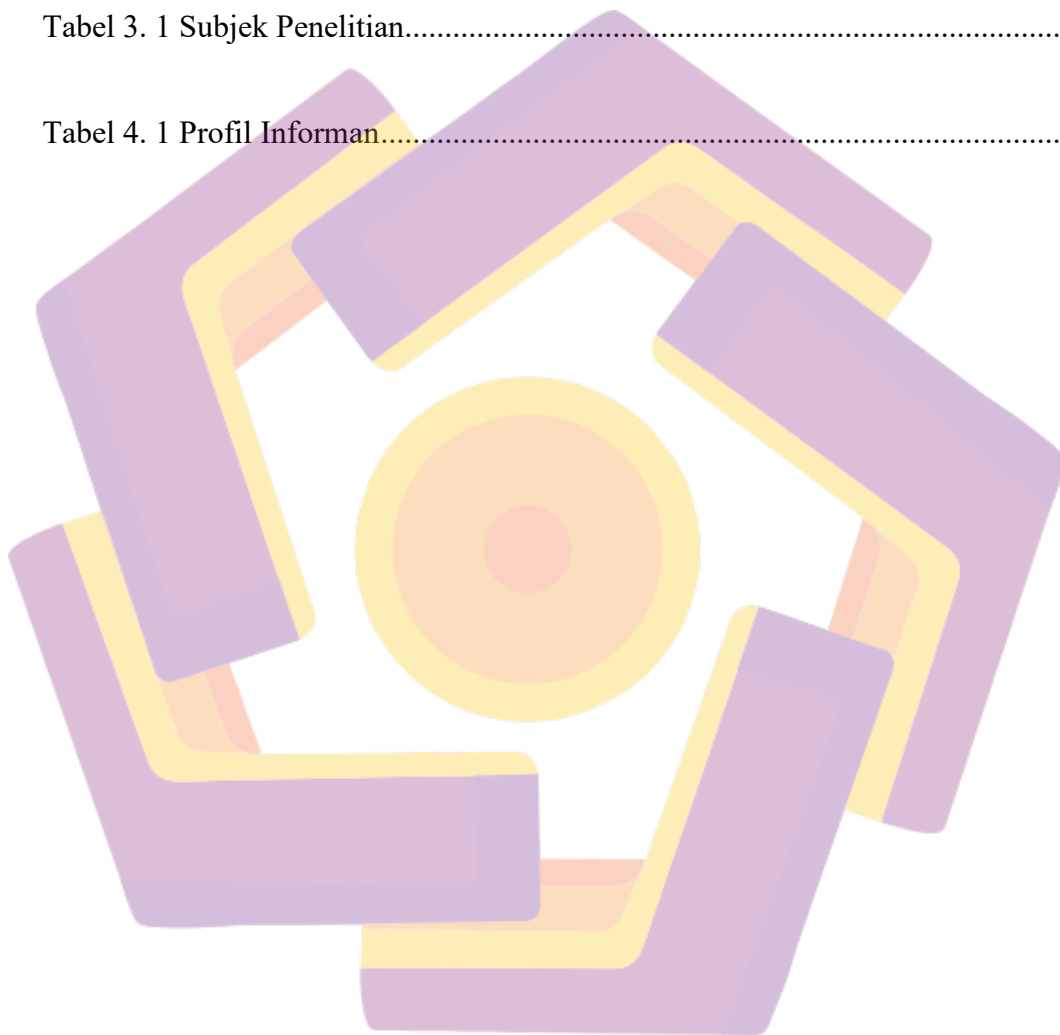
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 data UMKM Indonesia 2025	2
Gambar 2. 2 data UMKM Jogja 2025	2
Gambar 3 1 Kerangka berpikir.....	29
Gambar 4. 1 logo cimol bojot teh nani.....	39
Gambar 4. 2 produk cimol bojot teh nani	41
Gambar 4. 3 daftar harga.....	44
Gambar 4. 4 lokasi cimol bojot teh nani	46
Gambar 4. 5 media sosial cimol bojot teh nani.....	48
Gambar 4. 6 karyawan cimol bojot teh nani	50



TABEL

Tabel 1. 1 Rekomendasi Cimol Bojot.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	12
Tabel 3. 1 Subjek Penelitian.....	33
Tabel 4. 1 Profil Informan.....	40



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh cimol bojot teh nani dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pendekatan deksriptif dan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan 4 informan yaitu pemilik cimol bojot teh nani, karyawan dan dua pelanggan, observasi langsung di lokasi usaha, serta dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori bauran pemasaran 7p (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cimol bojot teh nani menerapkan strategi komunikasi pemasaran secara terintegrasi melalui produk berkualitas dengan cita rasa yang konsisten, penetapan harga yang terjangkau dan kompetitif, pemilihan lokasi, serta pemanfaatan media sosial dan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Selain itu, pelayanan yang ramah, proses penyajian yang cepat, serta tampilan visual yang turut memperkuat pengalaman pelanggan. Strategi ini terbukti mampu membangun kepuasan, kepercayaan dengan pelanggan yang dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan kepada orang lain. Dengan demikian, penerapan strategi komunikasi pemasaran yang berfokus menggunakan bauran pemasaran 7p berkontribusi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan cimol bojot teh nani secara berkelanjutan.

Kata kunci: strategi komunikasi pemasaran, bauran pemasaran 7p, loyalitas pelanggan, UMKM.

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing communication strategies implemented by Cimol Bojot Teh Nani in maintaining customer loyalty amidst the increasingly competitive culinary industry in Yogyakarta. This research employs a qualitative approach with a descriptive method and a constructivist paradigm. Data collection techniques were conducted through in-depth interviews with four informants: the owner of Cimol Bojot Teh Nani, an employee, and two customers, direct observation at the business location, and documentation. This study utilizes the 7P marketing mix theory (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) and customer loyalty. The results of the study indicate that Cimol Bojot Teh Nani implements an integrated marketing communication strategy through quality products with consistent taste, setting affordable and competitive prices, strategic location selection, as well as the use of social media and word-of-mouth promotion. Furthermore, friendly service, a fast serving process, and visual appeal also contribute to strengthening the customer experience. This strategy has proven capable of building customer satisfaction and trust, which encourages customers to make repeat purchases and recommend the business to others. Thus, the implementation of marketing communication strategies focusing on the 7P marketing mix contributes to sustainably maintaining customer loyalty for Cimol Bojot Teh Nani.

Keyword: *Marketing Communication strategy, 7p marketing mix, customer loyalty, UMKM*