

***BRAND EXPERIENCE* PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS KOPI KENANGAN  
(Studi Kualitatif Pada Pengalaman Pelanggan di Kopi Kenangan  
Grand Wisata Tambun Selatan)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Angga Arief Gemilang**

**201710415022**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

**BRAND EXPERIENCE PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS KOPI KENANGAN  
(Studi Kualitatif Pada Pengalaman Pelanggan di Kopi Kenangan  
Grand Wisata Tambun Selatan)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Angga Arief Gemilang**

**201710415022**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : *Brand Experience* Pelanggan Terhadap  
Loyalitas Kopi Kenangan (Studi Kualitatif  
Pada Pengalaman Pelanggan di Kopi  
Kenangan Grand Wisata Tambun Selatan)

Nama Mahasiswa : Angga Arief Gemilang

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415022

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi /Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 02 Februari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENYETUJUI

Pembimbing



Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom

**NIDN. 303077002**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Brand Experience* Pelanggan Terhadap  
Loyalitas Kopi Kenangan (Studi Kualitatif  
Pada Pengalaman Pelanggan di Kopi  
Kenangan Grand Wisata Tambun Selatan)

Nama Mahasiswa : Angga Arief Gemilang

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415022

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi /Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 02 Februari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENGESAHKAN,


Ketua Penguji : Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom.  
NIDN. 0321048302

Penguji : Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom.  
NIDN. 303077002

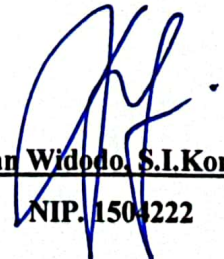
Sekretaris Penguji : Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom.  
NIDN. 0301047107

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

  
Moh Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si  
NIP. 2109527

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

  
Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul ***Brand Experience* Pelanggan Terhadap Loyalitas Kopi Kenangan (Studi Kualitatif Pada Pengalaman Pelanggan Di Kopi Kenangan Grandwisata Tambun Selatan)** adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ilmiah ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 09 Februari 2023

Penulis,



METERAI  
TEMPEL  
92EAKX278520926

Angga Arief Gemilang

201710415022

## ABSTRAK

**Angga Arief Gemilang, 201710415022, *Brand Experience*** Pelanggan Terhadap Loyalitas Kopi Kenangan (Studi Kualitatif Pada Pengalaman Pelanggan Di Kopi Kenangan Grand Wisata Tambun Selatan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengetahuan pelanggan dan sensasi pelanggan terhadap loyalitas Kopi Kenangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan *brand experience* dan metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif

Hasilnya menunjukkan bahwa *brand experience* pelanggan melalui pengetahuan pelanggan dan sensasi pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas Kopi Kenangan. Berdasarkan pengalaman pelanggan terhadap brand para pelanggan merasa puas dari aspek kualitas produk, kualitas pelayanan, dan desain ruangan sebuah produk dan menimbulkan loyalitas terhadap merek. Ketika pelanggan sudah mempunyai pengalaman yang puas terhadap *brand* maka pelanggan akan setia (*loyalty*) terhadap brand tersebut dan mereka akan terus menerus berkunjung dengan waktu yang lama.

**Kata Kunci :** *Brand experience* pelanggan, pengetahuan dan sensasi pelanggan, loyalitas Kopi Kenangan.

## **ABSTRACT**

*Angga Arief Gemilang, 201710415022, Customer Brand Experience on Kopi Kenangan Loyalty (Qualitative Study on Customer Experience at Kopi Kenangan Grand Wisata Tambun Selatan).*

*This research was conducted to find out how customer knowledge and customer sensation affect Kopi Kenangan loyalty. This study uses a brand experience approach and the method used is descriptive qualitative.*

*The results show that customer brand experience through customer knowledge and customer sensation has an effect on Kopi Kenangan loyalty. Based on customer experience of the brand, customers are satisfied from the aspects of product quality, service quality, and room design of a product and lead to brand loyalty. When customers have had a satisfied experience with a brand, they will be loyal to the brand and they will continue to attend for a long time.*

**Keywords :** *Customer brand experience, customer knowledge and sensation, Kopi Kenangan loyalty.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya serta shalawat dan salam tak lupa penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, karena karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul **“Brand Experience Pelanggan Terhadap Loyalitas Kopi Kenangan (Studi Kualitatif Pada Pengalaman Pelanggan Di Kopi Kenangan Grand Wisata Tambun Selatan)”**. Semoga apa yang penulis lakukan selama ini bermanfaat untuk semuanya, Aamiin.

Skripsi ini adalah salah satu bentuk syarat wajib yang harus penulis lakukan. Dalam menempuh program studi Ilmu Komunikasi. Skripsi ini juga, sebagai bentuk untuk menuntaskan program studi yang penulis tempuh. Skripsi ini ternyata banyak memberikan banyak manfaat kepada penulis yaitu baik dari segi bentuk akademik maupun dari pengalaman yang tidak dapat penulis temukan pada saat berada di dalam dunia perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun dan menulis skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan, baik dalam segi isi, penulisan maupun kata-kata yang tidak tersusun dengan baik. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, dan dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Dengan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT. Yang telah memberikan sehat, nikmat dan ilmu yang bermanfaat, serta pihak-pihak yang telah membantu dalam melaksanakan penulisan serta penyusunan Skripsi ini antara lain:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

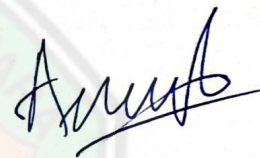


3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.A., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan sebagai Pembimbing Akademik.
4. Bapak Dr. Ari Sulistyanto, S.sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing dalam Penulisan Skripsi.
5. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Ibu Erita Riski Putri, S.Sos, M,Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik pada semester 2 sampai dengan semester 6 yang masih selalu memberikan motivasi serta dukungan yang tiada henti kepada penulis.
7. Kedua Orang tua, Bapak Sodikin dan Ibu Siti Mustikah yang selalu memberikan doa serta kasih sayang dan banyak dukungan, sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan penulisan dan penyusunan Skripsi dengan baik dan lancar.
8. Untuk temen temen tongkrongan bale yang sudah menjadi support system saya dalam melakukan penulisan dan penyusunan skripsi ini.
9. Terima kasih untuk Bedul, Gita, Fera, Ganang, Pekik, Dayat, Ceper yang sudah membantu mendoakan dan memberikan semangatnya kepada penulis.
10. Terima kasih untuk Rozi yang sudah menyemangati penulis dan memberikan motivasi tiada henti.
11. Terima kasih untuk Ayu Feby Ignalury yang sudah membantu semangatin dalam menyusun skripsi hingga selesai dengan lancar.
12. Kelas tercinta E-CASTING yang telah menyemangati penulis dan telah banyak membantu dalam penulisan Proposal Skripsi.
13. Teman seperjuangan Fakultas Ilmu Komunikasi.
14. Terima kasih juga untuk ka Jessica sekalu bos kerja saya yang memberikan banyak toleransi bekerja demi menyelesaikan skripsi ini
15. Terima kasih juga untuk partner kerja Riri yang sudah menyemangati dan membantu penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
16. Terima kasih untuk Ronggo, Panjul yang sudah terus memberikan support untuk bisa menyelesaikan skripsi ini

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang sudah kalian berikan kepada saya. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih, penulis menyadari bahwa masih adanya kekurangan dan kelemahan dalam proses penulisan dan penyusunan Skripsi ini, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan memberikan manfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan khususnya teman-teman seperjuangan.

Jakarta, 09 Februari 2023

Penulis,



Angga Arief Gemilang



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Kegunaan Penelitian .....	6
1.5.1 Kegunaan Penelitian Teoritis .....	6
1.5.2 Kegunaan Penelitian Praktis .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Review Penelitian Sejenis .....	8
2.2 Kerangka Konsep .....	10
2.2.1 Komunikasi .....	10
2.2.2 Komunikasi Pemasaran .....	10

2.2.3	Definisi Merk atau <i>Brand</i> .....	11
2.2.4	Loyalitas Merek .....	13
2.2.5	Brand Experience .....	15
2.2.6	Pengetahuan Pelanggan.....	18
2.2.7	Sensasi Pelanggan .....	21
2.3	Kerangka Pemikiran.....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>25</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	25
3.2	Metode Penelitian.....	25
3.3	Objek Penelitian .....	26
3.4	Subyek Penelitian .....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.6	Teknik Analisis Data .....	28
3.7	Triangulasi Data .....	29
3.8	Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>31</b>
4.1	Objek Penelitian .....	31
4.1.1	Profil Kopi Kenangan.....	31
4.1.2	Identitas dan Lokasi Kopi Kenangan.....	32
4.1.3	Logo Kopi Kenangan .....	33
4.1.4	Profil Informan Pelanggan .....	34
4.2	Hasil Penelitian .....	36
4.2.1	Bagaimana pengetahuan pelanggan tentang Kopi Kenangan .....	37
4.2.2	Bagaimana sensasi pelanggan terhadap kopi kenangan.....	40
4.3	Pembahasan .....	45
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>57</b>
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
Table 4.1 Profil Informan Pelanggan.....	34



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi Nasional .....</b>	<b>1</b>
<b>Gambar 4.1 Logo Kopi Kenangan .....</b>	<b>33</b>



## DAFTAR BAGAN

	Halaman
<b>Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>24</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Riwayat Hidup
- Lampiran 2 : Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 3 : Dokumentasi, Transkrip Wawancara dan Reduksi data
- Lampiran 4 : Form Perbaikan Skripsi, Kartu Bimbingan Skripsi

