



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**STRATEGI KOMUNIKASI KESARA KOPI SIDOARJO  
DALAM MENJAGA LOYALITAS PELANGGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya, Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

**Oleh :**

**FAROUK CHAIRUL SHIDIQ**

NIM. 040405020109

**DOSEN PEMBIMBING :**

**Dr. NIKMAH HADIATI SALISAH, S.Ip., M.Si**

NIP. 197301141999032004

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya  
2024**

## PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya :

Nama : Farouk Chairul Shidiq

NIM : 04040520109

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **STRATEGI KOMUNIKASI KESARA KOPI DALAM MENJAGA LOYALITAS PELANGGAN** adalah benar merupakan karya saya sendiri, hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut, diberi tanda sitasi dan ditunjuk dalam karya pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut

Surabaya, 21 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Farouk Chairul Shidiq

NIM. 040405020109


## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Farouk Chairul Shidiq  
NIM : 04040520109  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI KESARA  
KOPI DALAM MENJAGA  
LOYALITAS PELANGGAN

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 08 Maret 2024

Menyetujui  
Pembimbing,



Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip., M.Si  
NIP. 197301141999032004

## PENGESAHAN TIM PENGUJI

Strategi Komunikasi Kesara Kopi Sidoarjo Dalam Menjaga  
Loyalitas Pelanggan  
SKRIPSI  
Disusun oleh Farouk Chairul Shidiq

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam Sarjana Strata Satu  
pada tanggal 11 Juni 2024

Penguji I

Dr. Nikmah Hadiati Salisah,  
S.Ip. M.Si  
NIP. 197301141999032004

Penguji III

Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag.  
M.Si  
NIP. 197312171998032002

Penguji II

Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag.  
M.Si  
NIP. 197106021998031001

Penguji IV

Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag  
NIP. 196004121994031001



Dr. M. Nur Hafid, S.Ip. M.Si, M.Fil.I  
NIP. 197301141999032004

iii

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Farouk Chairul Shidiq  
NIM : 04040520109  
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
E-mail address : 04040520109@student.uinsby.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul : Strategi Komunikasi Kesera Kopi Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis



( Farouk Chairul Shidiq )  
*nama terang dan tanda tangan*

## ABSTRAK

Farouk Chairul Shidiq, NIM 04040520109, 2024. Strategi Komunikasi Kesara Kopi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini mengkaji pendekatan komunikasi Kesara Kopi untuk mempertahankan loyalitas klien dengan memanfaatkan teori Customer Relationship Management (CRM) dengan model IDIC (Identify, Differentiate, Interact, Customize). Studi ini menggunakan metode kualitatif fenomenologis dan wawancara mendalam untuk menyelidiki bagaimana identifikasi pelanggan, pembedaan merek, keterlibatan aktif, dan penyesuaian layanan berkontribusi pada pembentukan dan pemeliharaan loyalitas konsumen.

Temuan ini mengungkapkan bahwa taktik komunikasi yang berhasil, terutama kontak aktif dan penyesuaian layanan, sangat meningkatkan loyalitas konsumen. Temuan ini memberikan wawasan praktis untuk bisnis di industri kopi dan industri jasa lainnya yang ingin membangun koneksi klien. Studi lebih lanjut diusulkan untuk menguji implementasi model IDIC dalam berbagai skenario dan mengukur dampak langsung dari taktik komunikasi terhadap loyalitas pelanggan dengan pendekatan kuantitatif.

Dan diharapkan bahwa penelitian ini bisa menjadi rekomendasi untuk peneliti lain, yang akan meneliti terkait strategi komunikasi dan loyalitas pelanggan.

*Kata kunci : Strategi Komunikasi, Loyalitas Pelanggan, CRM*

## ABSTRACT

Farouk Chairul Shidiq, NIM 04040520109, 2024.  
Communication Strategy Kesara Coffee In Maintaining  
Customer Loyalty.

This study examines the approach of communication Kesara coffee to maintain client loyalty by utilizing the theory of Customer Relationship Management (CRM) with IDIC model (Identify, Differentiate, Interact, Customize). The study uses phenomenological qualitative methods and in-depth interviews to investigate how customer identification, brand differentiation, active engagement, and service customization contribute to the formation and maintenance of consumer loyalty.

These findings reveal that successful communication tactics, especially active contact and service customization, greatly increase consumer loyalty. The findings provide practical insights for businesses in the coffee industry and other service industries looking to build client connections. Further studies are proposed to test the implementation of the IDIC model in various scenarios and measure the direct impact of communication tactics on customer loyalty with a quantitative approach.

And it is hoped that this study can be a recommendation for other researchers, who will examine related communication strategies and customer loyalty.

*Keywords: communication strategy, customer loyalty, CRM*

## خلاصة

فرأك خير الصدق، ٤٠٤٠٤٠٢٥٠١٠٩٠٢٤، استراتيجية التواصل كيسارا القهوة في الحفاظ على ولاء العملاء.

ويركز هذا البحث على استراتيجية التواصل القهوة كيسارا للحفاظ على ولاء العملاء مع نهج الظواهر النوعية وتطبيق إدارة علاقات العملاء (إدارة علاقات العملاء) إيديك (تحديد، التفريق، التفاعل، تخصيص) نموذج. من خلال المقابلات المتعمقة مع العملاء، تهدف الدراسة إلى تحديد العوامل الرئيسية التي تساهم في تكوين الولاء والحفاظ عليه. تتضمن طرق البحث نهجا ظاهريا لفهم المعنى الذاتي للعملاء وتكامل مفاهيم الهوية لتحليل استراتيجيات تحديد هوية العملاء، وتمييز العلامة التجارية، والتفاعل النشط، وتخصيص الخدمة.

من المتوقع أن تقدم نتائج الدراسة رؤى متعمقة تتعلق بفعالية استراتيجية التواصل في كيسارا كوفي في بناء ولاء العملاء والحفاظ عليه. من المتوقع أن توفر الآثار العملية لهذه النتائج إرشادات قيمة للشركات في صناعة القهوة أو قطاعات الخدمات الأخرى لتحسين تفاعل العملاء وتقوية علاقاتهم التجارية. وبالتالي، فإن هذه الدراسة لديها القدرة على أن تصبح أساسا استراتيجيا للشركات في تحسين العلاقات مع العملاء وتحسين أداء أعمالهم.

ومن المأمول أن تكون هذه الدراسة توصية للباحثين الآخرين، الذين سيفحصون استراتيجيات الاتصال ذات الصلة ولاء العملاء.

كلمات البحث: استراتيجية الاتصال، ولاء العملاء، وإدارة علاقات العملاء



## DAFTAR ISI

COVER .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
خلاصة .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR BAGAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Definisi Konsep.....	10
F. Sistematika Pembahasan .....	19
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	20
A. Kajian Teori .....	20

B. Prespektif Islam.....	25
C. Komunikasi Pemasaran dalam Prespektif Islam.....	27
D. Teori <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	33
E. Kerangka Pikir Penelitian .....	37
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	42
B. Objek Penelitian.....	43
C. Jenis dan Sumber Data.....	43
D. Tahapan Penelitian.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Teknik Validitas Data .....	47
<b>BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	51
B. Penyajian Data .....	54
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	67
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>91</b>
A. Kesimpulan .....	91
B. Rekomendasi.....	92
C. Keterbatasan Penelitian.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Hossein, Mohammad Osmani, Othman Ibrahim, And Mehrbakhsh Nilashi, 'Customer Relationship Management Model For Utm Alumni Liaison Unit', 2.5 (2012)
- Azzara, M. Abdi, Azwar Azwar, And Elfitra Elfitra, 'Masyarakat Konsumsi Dan Simulasi Pengunjung Coffee Shop Janji Jiwa Di Kota Padang', *Jurnal Socius: Journal Of Sociology Research And Education*, 8.2 (2021), 86 <<https://doi.org/10.24036/scs.v8i2.366>>
- Benny, Golan Hasan, Deslyn Melodya, Erlin, Erni, Maggie Goh, And Others, 'Analisa Manajemen Operasional, Crm, Dan Pemasaran Digital Pada Pt. Orang Tua (Ot)', *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4.3 (2023), 138–47 <<https://doi.org/10.55338/saintek.v4i3.995>>
- Chetty, Shruti Thakur, Priya, 'The Idic Model Of Customer Relationship Management (Crm)', *Knowledge Tank*, 2019 <<https://www.projectguru.in/customer-relationship-management/>> [Accessed 1 January 2024]
- Costa, Shara M. Da, Liliweri Aloysius, And Petrus A. Andung, 'Strategi Komunikasi Komunitas Film Kupang', *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10.2 (2021), 202–16 <<https://doi.org/10.35508/jikom.v10i2.3691>>
- David, E. R. (Eribka), M. (Mariam) Sondakh, And S. (Stefi) Harilama, 'Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik

Universitas Sam Ratulangi’, *Acta Diurna*, 6.1 (2017), 93363

‘Dinamika Komunikasi / Onong Uchjana Effendy ; Editor, Tjun Surjaman | Opac Perpustakaan Nasional Ri.’  
<<https://Opac.Perpusnas.Go.Id/Detailopac.Asp?Id=436007>> [Accessed 24 November 2023]

Fahira, Husna Dwi, ‘Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Bni Syariah Kc Banda Aceh)’

‘Hadits Muslim No. 4719 | Buruknya Dusta Dan Baiknya Kejujuran’, *Hadits.Id*  
<<http://Www.Hadits.Id/Hadits/Muslim/4719>>  
[Accessed 18 January 2024]

Haryono, Cosmas Gatot, *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi* (Cv Jejak (Jejak Publisher), 2020)

Hasmawati, Fifi, ‘Manajemen Dalam Komunikasi’, *Al-Idarah*, 5.6 (2018), 76–86

Helaluddin, And Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik* (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019)

Imron, Ahmad Syaifulloh, Niken Hendrakusma Wardani, And Retno Indah Rokhmawati, ‘Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Transportasi Online (Go-Jek Indonesia)’, *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2.9 (2018), 9

Intan, Wardhani, Wawancara Narasumber, 2024

- Iriani, S R I Setyo, 'Indra Wijayanto Dan Sri Setyo Iriani; Pengaruh Citra Merek ...', 1 (2013)
- Kholifah, Nur, 'Sifat-Sifat Rasulullah Yang Dijadikan Pedoman Dalam Berdagang Yang Halal'
- Kilmanun, Juliana C, 'Peran Media Komunikasi Dalam Transfer Teknologi Mendukung Pengembangan Taman Agroinovasi Di Kalimantan Barat'
- Madya Rizkhi, Wawancara Narasumber
- Moleong, 'Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Bri Unit Tamalate Galesong Utara', 2007
- M.Pd, Imam Gunawan, S. Pd, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Bumi Aksara, 2022)
- M.Si, Dr Rukin, S. Pd, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia)
- Mukarom, Zaenal, 'Teori-Teori Komunikasi'
- Normasari Dkk, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei Pada Tamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6.2 (2013), 77767
- Peppers, Don, And Martha Rogers, *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework* (John Wiley & Sons, 2004)

Rachmadani, Cherni, 'Strategi Komunikasi Dalam Mengatasi Konflik Rumah Tangga Mengenai Perbedaan Tingkat Penghasilan Di Rt.29 Samarinda Seberang', 1

Rahmad, Alfian, Wawancara Narasumber, 2024

Ramadhan, Ricky, Lizar Alfansi, And Sularsih Anggarawati, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Indosat Ooredoo Pada Mahasiswa Universitas Bengkulu', *The Manager Review*, 3.2 (2021), 147–72

Rorong, Michael Jibrael, *Fenomenologi* (Deepublish, 2020)

Sari, A. Anditha, *Komunikasi Antarpribadi* (Deepublish, 2017)

Sartika, Sherly Novitasari, Efni Anita, Novi Mubyarto, Universitas Islam, Negeri Sultan, Thaha Saifuddin, And Others, 'No Title', 2 (2022), 51–60

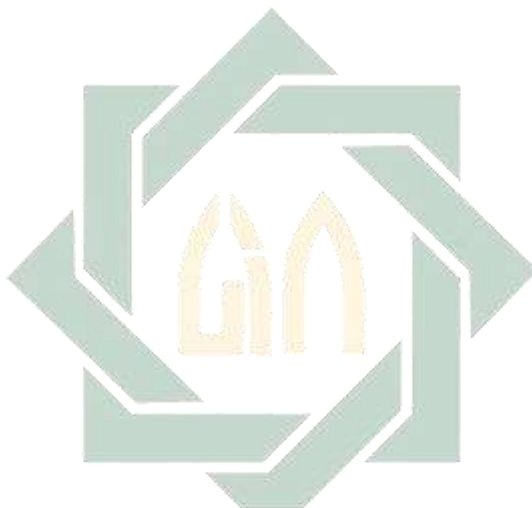
Sihombing, Linda Chandra Biantoro Ranto P, 'Alumni Prodi Akuntansi, Feb Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Dosen Akuntansi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang 61', *Jurnal Akuntansi Bisnis*, Xi.21 (2012), 61–94

'Surah Al-Mutaffifin - 1-3', *Quran.Com*  
<<https://Quran.Com/Id/Orang-Orang-Curang/1-3>>  
[Accessed 18 January 2024]

'Surat Al-Baqarah Ayat 275: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran Nu Online'  
<<https://Quran.Nu.Or.Id/Al-Baqarah/275>> [Accessed 18 January 2024]

Wibowo, Renaldi Mukti, Azizah Alie, And Yelly Elanda, 'Café Dan Identitas Sosial Generasi Milineal Di Surabaya', *Jurnal Entitas Sosiologi*, 11.2 (2022), 106 <<https://doi.org/10.19184/Jes.V11i2.33789>>

Yunus, Eddy, *Manajemen Strategis* (Penerbit Andi)



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A