

ABSTRAK

Muhammad Raka Al'Ridho, Strategi Marketing Humas Dreezel Coffee dalam Upaya Mempertahankan Pelanggan Ditengah Persaingan Bisnins (Studi Deskriptif Kualitatif pada Dreezel Coffee Jalan Tubagus Ismail Bandung). Dalam era digital dan persaingan bisnis yang semakin ketat, peran komunikasi pemasaran, termasuk humas, sangat penting untuk membangun citra merek, meningkatkan kesadaran konsumen, dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Bisnis *food and beverage*, khususnya kedai kopi, berkembang pesat seiring tren gaya hidup masyarakat yang menjadikan kopi sebagai bagian dari aktivitas sosial. Dreezel Coffee, sebagai salah satu kedai kopi di Bandung, menggunakan berbagai metode pemasaran, baik konvensional maupun melalui media sosial, untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi *marketing* yang diterapkan oleh Dreezel Coffee dalam upaya untuk mempertahankan bisnis. Fokus utama penelitian ini adalah pada pengelolaan hubungan dan komunikasi yang efektif dengan pelanggan. Strategi ini lebih menekankan pada aspek hubungan masyarakat dan membangun citra positif daripada hanya sekadar promosi produk.

Penelitian ini menggunakan teori *Integrated Marketing Communication Theory*. Teori ini mencakup 4 elemen yakni: 1) *Event*; 2) *Direct Marketing*; 3) *Interactive Marketing*; dan 4) *Personal Selling*.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dan disajikan dalam bentuk deskripsi kata-kata serta pendapat dari para informan yang terlibat dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dreezel Coffee menerapkan beberapa strategi pemasaran yang fokus pada membangun hubungan dan keterlibatan pelanggan dengan cara yang sangat personal dan emosional. Mereka menggunakan event sebagai alat utama untuk memperkuat ikatan dengan pelanggan setia, dengan melibatkan komunitas lokal dan menyediakan kegiatan yang sesuai dengan minat mereka. Selain itu, Dreezel Coffee memanfaatkan Instagram untuk interaksi yang lebih pribadi dan mengandalkan promosi dari mulut ke mulut serta konten yang dibuat oleh pelanggan (*user-generated content*).

Kata Kunci: Strategi Marketing, Humas, Dreezel Coffee.

ABSTRACT

Muhammad Raka Al'Ridho, Marketing Communication Strategy of Dreezel Coffee in Efforts to Retain Customers Amid Business Competition (A Qualitative Descriptive Study on Dreezel Coffee on Tubagus Ismail Street, Bandung) In the digital era and increasingly fierce business competition, the role of marketing communication, including public relations, is crucial in building brand image, raising consumer awareness, and maintaining relationships with customers. The food and beverage business, especially coffee shops, has been rapidly growing alongside lifestyle trends where coffee has become a part of social activities. Dreezel Coffee, as one of the coffee shops in Bandung, employs various marketing methods, both conventional and through social media, to attract and retain customers.

This study aims to identify the marketing strategies implemented by Dreezel Coffee in efforts to sustain its business. The main focus of this research is on managing relationships and effective communication with customers. This strategy emphasizes public relations and building a positive image rather than merely promoting products.

The study uses the Integrated Marketing Communication Theory, which consists of four elements: 1) Events; 2) Direct Marketing; 3) Interactive Marketing; and 4) Personal Selling.

A qualitative descriptive method was used in this research, with data collected through interviews and observations. The data were then analyzed and presented in the form of descriptive words and opinions from the informants involved in this study.

The results show that Dreezel Coffee implements several marketing strategies focusing on building personal and emotional connections with customers. They use events as the primary tool to strengthen ties with loyal customers by engaging local communities and providing activities tailored to their interests. Additionally, Dreezel Coffee leverages Instagram for more personalized interactions and relies on word-of-mouth promotion as well as user-generated content.

Keywords: Marketing Strategy, Public Relations, Dreezel Coffee.