

## Daftar Pustaka

### Buku

- Adam, Muhammad. *Manajemen Pemasaran Data*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Cangara, Hafied. *Perencanaan dan Pelaksanaan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti, 2015.
- Griffin, EM. *Komunikasi Teori Edisi Delapan*. New York: MC Graw-Hill, 2012.
- Hadani, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Keller, Kotler dan. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice, 2012.
- Kotler, Philip, Keller dan Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2018.
- Kriyanto, Rachmat. *Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Kuryaningsih, Ponco, Dewi. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2018.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Moleong, Lexy J. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Grafindo persada, 2016.
- Sabran, Bob. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Sudaryono. *Metodelogi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suhandang, Kustadi. *Studi dan Penerapan Public Relations*. Bandung: Nuansa Cendekia, 2012.
- Sunyoto, Danang. *Pelaksanaan Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service, 2015.
- Suryani. *Customer Relationship Management dalam Riset Pemasaran*. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Pemasaran Pelaksanaank*. Yogyakarta: Andi, 2012.

Tjiptono, Fandy. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi, 2016.

*Pelaksanaan Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.

## **JURNAL**

Onna Carissa, Anatasha. Achmad Fauzi, Srikandi Kumadji. "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bandung Sport Distro Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 15 No. 1 Oktober 2014.

## **SKRIPSI**

Gabriella, Ingrid. 2017. *PELAKSANAAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta

Rachmawati, Agitia. 201. *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), E-Banking Service Quality dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah*. Skripsi. Program Starta-1 Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta





**LAMPIRAN**

## Lampiran 1

### Transkrip Wawancara Key Informan

#### Pertanyaan dan Jawaban Wawancara

Nama : Alli Uraidy

Jabatan : Store Manager Starbucks Matraman

Tanggal : 22 Juni 2022

Tempat : Starbucks Matraman

**1. Apakah Starbucks Matraman peka terhadap loyalitas pelanggan?**

Wah Starbucks sangat peka, semua gerai Starbucks itu pasti ngetreat customernya dengan maksimal

**2. Apakah Starbucks Mataraman mempunyai pelaksanaan untuk membangun dan membangun loyalitas pelanggan?**

Punya pastinya

**3. Apa pelaksanaan yang dilakukan dalam membangun loyalitas?**

Pelaksanaannya mengacu sama Indonesia visi misi kita salah satunya kita mengenali nama-nama pelanggan

**4. Mengapa memilih pelaksanaan tersebut dalam membangun loyalitas?**

Karena dimulai dengan kita mengenalnya nama pelanggan itu kita akan lebih enjoy dalam melakukan komunikasi ngobrolnya lebih santai aja gitu.

**5. Bagaimana menjalankan pelaksanaan tersebut?**

Kita udah terbiasa sih dalam mengenal nama pelanggan jadi mudah-mudah aja ngejalaninnya

**6. Sejauh ini, bagaimana pengaruh dari pelaksanaan pelaksanaan tersebut?**

Ada yang kagum karena dikenalin namanya ada juga yang biasa aja mungkin karena sering berkunjung ke Starbucks lain jadi begitu kita tau namanya menurut mereka itu hal yang biasa.

**7. Apakah pelaksanaan tersebut sudah menjadi pelaksanaan yang tepat?**

Tepat untuk awal pendekatan

**8. Apa hal positif dari pelaksanaan pelaksanaan tersebut?**

Jadi akrab sama customer, jadi nambah relasi juga

**9. Apa hal negatif dari pelaksanaan pelaksanaan tersebut?**

So far nggak ada sih

**10. Apakah terdapat kendala dalam pelaksanaan startegi tersebut?**

Ada sih walaupun gak banyak

**11. Apa kendala yang dihadapi dalam melaksanakan pelaksanaan tersebut?**

Kendalanya paling kalau misalnya kita udah deket nih sama customer, dan udah akrab tiba-tiba customer tersebut udah nggak pernah datang lagi dan kemudian datang lagi setelah sekian lama kadang mau nanya namanya nggak enak deh aja gitu hahaha masa lupa takut customernya gimana gitu haha

**12. Siapa saja yang melaksanakan pelaksanaan tersebut?**

Semuanya melaksanakan, mulai dari barista sampai level Store Manager

**13. Apakah pelaksanaan tersebut telah dilaksanakan dengan baik?**

Baik

**14. Apakah pelaksanaan tersebut telah dilaksanakan dengan konsisten?**

Konsisten kalau saya liat langsung, semuanya udah nerapin

**15. Bagaimana respon pelanggan dengan pelaksanaan pelaksanaan tersebut?**

Responnya baik, dan pelanggan senang juga.

**16. Apakah pelanggan senang dengan pelaksanaan yang tengah diterapkan ini?**

Keliatannya sih senang-senang aja, tapi untuk nanya langsung belum pernah sih

**17. Apakah ada pelanggan yang tidak nyaman dengan penerapan pelaksanaan ini?**

Nggak ada, nggak pernah ada yang complain sejauh ini

**18. Bagaimana jika pelanggan tidak nyaman dengan penerapan pelaksanaan**

ini?

Kita tanya dulu nggak nyamannya kenapa, baru kita bisa memutuskan solusinya

**19. Apakah dengan bermunculannya gerai baru dari starbucks mempengaruhi pelanggan di Starbucks Matraman?**

Sangat mempengaruhi

**20. Apakah ada pelanggan setia yang tidak lagi berkunjung ke Starbucks Matraman, namun ke kedai kopi lain atau gerai Starbucks lain?**

Nggak tahu pasti pelanggan tersebut ke kedai kopi lain atau tidak, tapi banyak juga pelanggan setia kita yang udah nggak datang lagi.

**21. Apakah jumlah dari mereka banyak?**

Lumayan haha

**22. Kira-kira apa penyebab pelanggan setia tersebut berpindah ke kedai kopi lain?**

Banyak sih faktor-faktor yang mempengaruhi, bisa juga faktor harga, kenyamanan tempat, nemu tempat yang lebih bagus dan unik.

**23. Apa upaya Starbucks untuk menghindari pelanggan setia lainnya berpindah ke kedai kopi?**

Menjaga kualitas, kenyamanan, dan menjaga hubungan pastinya

**24. Apakah ada upaya yang dilakukan oleh Starbucks Matraman dalam upaya mendatangi pelanggan setia tersebut?**

Ya, sebagian yang saya udah punya nomornya itu saya suka ngasih tahu promo-promo.

**25. Hal apa yang biasa menjadi keluhan pelanggan?**

Keluhannya paling mengenai air sih jadi debit air kita itu kadang suka kecil dan airnya kadang suka naiknya lama

**26. Bagaimana upaya yang dilakuakukan oleh Starbucks Matraman dalam mengatasi keluhan tersebut?**

Dengan mengatasi permasalahan air, kita memangg concern ke situ sih

**27. Apakah keluhan tersebut direspon dengan baik?**

Tentunya kita menerima keluhan dari pelanggan dengan baik

**28. Bagaimana cara menangani keluhan pelanggan?**

Minta maaf dan memberikan pengertian bahwa sedang proses perbaikan

**29. Bagaimana prosedur pelanggan jika akan pelanggan ingin menyampaikan pendapat?**

Bisa direct feedback, melalui customer voice atau melalui feedback.com

**30. Mengapa Starbucks matraman melakukan pendekatan dengan pelanggan dalam membangun loyalitas pelanggan?**

Karena pendekatan adalah langkah awal kami sebagai cara untuk menjalin hubungan dengan pelanggan, karena kalau udah terjalin hubungan kita jadi kenal pelanggannya siapa dan pelanggannya udah kenal kita juga jadi lebih enak berinteraksinya.





## Lampiran 2

### Transkrip Wawancara Informan Pertama

#### Pertanyaan dan Jawaban Wawancara

Nama : Uca

Tanggal : 19 Juni 2022

Tempat : Starbucks Matraman

**1. Apakah Ibu/Bapak adalah pelanggan setia Starbucks Matraman?**

Iyaa

**2. Sudah berapa lama Ibu/Bapak menjadi pelanggan setia Starbucks Matraman?**

Sudah 2 tahunan ya mungkin

**3. Mengapa Ibu/Bapak setia dengan Starbucks Matraman?**

Karena enak sih dipinggir jalan soalnya saya kerjanya suka muter-muter dan kebetulan disini ada Starbucks jadi mampir dulu sebelum berangkat lagi.

**4. Apakah Starbucks Matraman berusaha untuk menjalin hubungan dengan Ibu/Bapak?**

Iya

**5. Usaha apa yang dilakukan Starbucks Matraman dalam menjalin hubungan dengan Ibu/Bapak?**

Ramah dan sudah kenal nama saya kali ya hahah

**6. Apakah usaha tersebut dilakukan dengan baik?**

Baik

**7. Apakah usaha tersebut dilakukan dengan konsisten?**

Konsisten

**8. Apakah usaha tersebut mempengaruhi Ibu/Bapak menjadi pelanggan yang loyal dari Starbucks Matraman?**

Hmm enggak juga

**9. Apakah Ibu/Bapak merasa usaha tersebut penting?**

Ya penting sih memang

**10. Mengapa Ibu/Bapak berpendapat bahwa cara yang dilakukan Starbucks Matraman benar dan penting?**

Karena cara yang dilakukan mereka itu akan berpengaruh dengan keadaan pelanggannya

**11. Apa tanggapan Ibu/Bapak mengenai usaha atau pelaksanaan yang diterapkan oleh mereka?**

Bagus kok dan gak mengganggu juga

**12. Apakah pelaksanaan tersebut perlu dilanjutkan?**

Perlu

**13. Apakah jika tanpa upaya atau startegi yang diterapkan tersebut Ibu/Bapak akan tetap menjadi pelanggan yang setia?**

Hmm kayanya gak juua saya dateng-dateng aja kayanya hahaha

**14. Apakah Ibu/Bapak nyaman dengan pendekatan hubungan yang dilakukan?**

Nyaman kok

**15. Bagaimana dengan kualitas pelayanan maupun produk dari Starbucks Matraman menurut Ibu/Bapak?**

Pelayanannya dan produknya bagus.

**16. Pernahkah Ibu/Bapak pernah kecewa dengan pelayanan atau kualitas dari produknya?**

Hmm bukan kecewa sih Cuma pernah agak kager aja jadi waktu saya lagi kerja disini itu ada tikus gede nyamperin ke kaki saya hahah harusnya kan gak ada disini.

**17. Pernahkan Ibu/Bapak memberikan saran atau kritik kepada Starbucks Matraman?**

Gak pernah

**18. Jika Ibu/Bapak menyampaikan kritik/saran, respon yang bagaimana yang Ibu/Bapak harapan dari Starbuck Matraman dalam menyikapi kritik dan saran yang dilakukan oleh Ibu/Bapak?**

Harus diterima mereka dengan baik ya, tapi gatau gak pernah ngasih kritik maupunn saran sih.

**19. Apakah mereka menerima kritik dan saran dari Ibu/Bapak?**

Harus

**20. Apakah mereka berusaha untuk memperbaiki hal yang Ibu/Bapak sarankan?**

Enggak kok, cara mereka natural hahah

**21. Apakah mereka memperbaikinya dengan kosnsisten mengenai kritik dan saran yang diberikan?**

Harus konsisten

**22. Apakah menurut Ibu/Bapak mereka harus mengganti pelaksanaannya?**

Nggak perlu kok menurut saya

**23. Apakah menurut Ibu/Bapak mereka membutuhkan strategi lain yang lebih efektif?**

Perlu, untuk tambahan pelaksanaan

**24. Mengapa pelaksanaan tersebut dianggap efektif?**

Karena pelaksanaan yang dilakukan ini menggunakan pendekatan

**25. Apakah Ibu/Bapak tertarik untuk berkunjung di kedai kopi lain?**

Hmm kadang saya juga suka nyoba ke coffee shop lain tapi kalo diajak temen sih itu juga, kalo enggak ya di Starbucks aja.

**26. Apakah Ibu/Bapak pernah berkunjung ke kedai kopi lain?**

Pernah

**27. Sampai kapan Ibu/Bapak setia dengan Starbucks Matraman?**

Gak tau ya haha selamat saya masih lewat sini aja sih kayanya.

**28. Apakah Ibu/Bapak setia dengan Starbucks Matraman karena pelayanannya atau kualitas produknya?**

Karena searah sih lebih tepatnya, tapi bukan berarti pelayanannya jelek, pelayanannya oke.

**29. Apakah jika karyawannya sudah berbeda, Ibu/Bapak tetap menjadi pelanggan setia dari Starbucks Matraman?**

Masih

**30. Mengapa Ibu/Bapak memilih untuk tetap setia dengan Starbucks**

**Matraman?**

Karena pelaksanaans



### Lampiran 3

#### Transkrip Wawancara Informan Kedua

#### Pertanyaan dan Jawaban Wawancara

Nama : Armel Lia

Tanggal : 20 Juni 2022

Tempat : Starbucks Matraman

**1. Apakah Ibu/Bapak adalah pelanggan setia Starbucks Matraman?**

Iyaa

**2. Sudah berapa lama Ibu/Bapak menjadi pelanggan setia Starbucks Matraman?**

Sudah 2 tahunan

**3. Mengapa Ibu/Bapak setia dengan Starbucks Matraman?**

Karena enak sih kopinya banyak variannya.

**4. Apakah Starbucks Matraman berusaha untuk menjalin hubungan dengan Ibu/Bapak?**

Iya

**5. Usaha apa yang dilakukan Starbucks Matraman dalam menjalin hubungan dengan Ibu/Bapak?**

Dengan sikap yang ramah menurut saya itu adalah sebuah usaha

**6. Apakah usaha tersebut dilakukan dengan baik?**

Iya, baik.

**7. Apakah usaha tersebut dilakukan dengan konsisten?**



Konsisten

**8. Apakah usaha tersebut mempengaruhi Ibu/Bapak menjadi pelanggan yang loyal dari Starbucks Matraman?**

Iya, cukup berpengaruh

**9. Apakah Ibu/Bapak merasa usaha tersebut penting?**

Penting dong

**10. Mengapa Ibu/Bapak berpendapat bahwa cara yang dilakukan Starbucks Matraman benar dan penting?**

Karena untuk kenyamanannya juga mungkin ya, karena saya sendiri merasa jadi nyaman kalo lagi ngobrol sama karyawannya karena udah kenal

**11. Apa tanggapan Ibu/Bapak mengenai usaha atau pelaksanaan yang diterapkan oleh mereka?**

Bagus berarti mereka menjalankan prosedur dari perusahaan

**12. Apakah pelaksanaan tersebut perlu dilanjutkan?**

Perlu

**13. Apakah jika tanpa upaya atau startegi yang diterapkan tersebut Ibu/Bapak akan tetap menjadi pelanggan yang setia?**

Mungkin iya, karena kan kalau karyawannya jutek kitanya juga jadi nggak nyaman.

**14. Apakah Ibu/Bapak nyaman dengan pendekatan hubungan yang dilakukan?**

Nyaman, gak mengganggu kok

**15. Bagaimana dengan kualitas pelayananan maupun produk dari Starbucks Matraman menurut Ibu/Bapak?**

Pelayanannya dan produknya oke.

**16. Pernahkah Ibu/Bapak pernah kecewa dengan pelayanan atau kualitas dari produknya?**

Pernah sih sekali bilang kalau kopinya kurang berasa cuma habis itu langsung dibuatin yang baru. Jadi memang mereka bertanggung jawab sama produknya.

**17. Pernahkan Ibu/Bapak memberikan saran atau kritik kepada Starbucks Matraman?**

Belum pernah sih

**18. Jika Ibu/Bapak menyampaikan kritik/saran, respon yang bagaimana yang Ibu/Bapak harapan dari Starbuck Matraman dalam menyikapi kritik dan saran yang dilakukan oleh Ibu/Bapak?**

Harusnya sih baik ya haha

**19. Apakah mereka menerima kritik dan saran dari Ibu/Bapak?**

Iya, itu harus

**20. Apakah mereka berusaha untuk memperbaiki hal yang Ibu/Bapak sarankan?**

Iya, mereka terlihat memperbaiki

**21. Apakah mereka memperbaikinya dengan kosnsisten?**

Hmm belum sih kayanya hahaa

**22. Apakah menurut Ibu/Bapak mereka harus mengganti pelaksanaannya?**



Tidak perlu, sudah bagus mungkin ditingkatkan aja.

**23. Apakah menurut Ibu/Bapak mereka membutuhkan startegi lain yang lebih efektif?**

Mungkin iya, ditambahkan pelaksanaan lainnya kali ya hehe

**24. Mengapa pelaksanaan tersebut dianggap efektif?**

Karena saya sendiri sebagai pelanggan senang aja gitu dikenalin nama saya.

Tiba-tiba pas dateng udah di sapa “Hi Kak Arme” nyebut nama saya seneng aja gitu kalo saya hehehe

**25. Apakah Ibu/Bapak tertarik untuk berkunjung di kedai kopi lain?**

Saya tertarik-tertarik aja saih tapi nggak banget.

**26. Apakah Ibu/Bapak pernah berkunjung ke kedai kopi lain?**

Kedai kopi lain enggak, paling kalo ke gerai Starbucks yang lain iya soalnya di dekat rumahku ada Starbucks.

**27. Sampai kapan Ibu/Bapak setia dengan Starbucks Matraman?**

Gak tau saya soalnya di kantor saya gak ada Starbucks hahah

**28. Apakah Ibu/Bapak setia dengan Starbucks Matraman karena pelayanannya atau kualitas produknya?**

Gak juga sih karena saya sering lewat aja makanya mampir terus haha

**29. Apakah jika karyawannya sudah berbeda, Ibu/Bapak tetap menjadi pelanggan setia dari Starbucks Matraman?**

Masih

**30. Mengapa Ibu/Bapak memilih untuk tetap setia dengan Starbucks Matraman?**

Karena searah kalo berangkat kerja



## Lampiran 4

### Transkrip Wawancara Informan Ketiga

#### Pertanyaan dan Jawaban Wawancara

Nama : Dominikus Eko

Tanggal : 23 Juni 2022

Tempat : Starbucks Matraman

**1. Apakah Ibu/Bapak adalah pelanggan setia Starbucks Matraman?**

Bisa dibilang iyaa hehe

**2. Sudah berapa lama Ibu/Bapak menjadi pelanggan setia Starbucks Matraman?**

Sudah 3 tahunan

**3. Mengapa Ibu/Bapak setia dengan Starbucks Matraman?**

Yang pertama sih karena deket sama tempat nge-gym saya.

**4. Apakah Starbucks Matraman berusaha untuk menjalin hubungan dengan Ibu/Bapak?**

Iya

**5. Usaha apa yang dilakukan Starbucks Matraman dalam menjalin hubungan dengan Ibu/Bapak?**

Pelayanannya yang ramah dan suka ngajak ngobrol

**6. Apakah usaha tersebut dilakukan dengan baik?**

Iya, baik.

**7. Apakah usaha tersebut dilakukan dengan konsisten?**

Konsisten, mungkin yang baru doang sih gak ngajak ngobrol kayanya  
sih belum kenal hehe

**8. Apakah usaha tersebut mempengaruhi Ibu/Bapak menjadi pelanggan yang loyal dari Starbucks Matraman?**

Hmm iya, cukup berpengaruh

**9. Apakah Ibu/Bapak merasa usaha tersebut penting?**

Penting pastinya untuk membuat pelanggannya senang dan balik lagi

**10. Mengapa Ibu/Bapak berpendapat bahwa cara yang dilakukan Starbucks Matraman benar dan penting?**

Karena hal itu memang sudah menjadi cara yang tepat kalo mereka gak mau peanggannya berpaling

**11. Apa tanggapan Ibu/Bapak mengenai usaha atau pelaksanaan yang diterapkan oleh mereka?**

Bagus berarti mereka menjalankan prosedur dari perusahaan.

**12. Apakah pelaksanaan tersebut perlu dilanjutkan?**

Perlu

**13. Apakah jika tanpa upaya atau startegi yang diterapkan tersebut Ibu/Bapak akan tetap menjadi pelanggan yang setia?**

Mungkin iya, kalo jutek juga berlama-lama disininya pelanggan jadi gak nyaman.

**14. Apakah Ibu/Bapak nyaman dengan pendekatan hubungan yang dilakukan?**

Nyaman.

**15. Bagaimana dengan kualitas pelayanan maupun produk dari Starbucks Matraman menurut Ibu/Bapak?**

Pelayanannya dan produknya oke.

**16. Pernahkah Ibu/Bapak pernah kecewa dengan pelayanan atau kualitas dari produknya?**

Nggak pernah

**17. Pernahkan Ibu/Bapak memberikan saran atau kritik kepada Starbucks Matraman?**

Belum pernah sih

**18. Jika Ibu/Bapak menyampaikan kritik/saran, respon yang bagaimana yang Ibu/Bapak harapkan dari Starbuck Matraman dalam menyikapi kritik dan saran yang dilakukan oleh Ibu/Bapak?**

Harus menyikapi dengan baik dan bijak.

**19. Apakah mereka menerima kritik dan saran dari Ibu/Bapak?**

Harus.

**20. Apakah mereka berusaha untuk memperbaiki hal yang Ibu/Bapak sarankan?**

Harus, harus menjadi bahan evaluasi.

**21. Apakah mereka memperbaikinya dengan kosnsisten?**

Iya konsisten.

**22. Apakah menurut Ibu/Bapak mereka harus mengganti pelaksanaannya? Nggak perlu sih menurut saya.**

**23. Apakah menurut Ibu/Bapak mereka membutuhkan startegi lain yang lebih efektif?**

Iya butuh, buat startegi tambahan.

**24. Mengapa pelaksanaan tersebut dianggap efektif?**

Karena dimulai dari menhgenali nama pelanggan bisa mereka kembangkan hubungannya jadi lebih intens.

**25. Apakah Ibu/Bapak tertarik untuk berkunjung di kedai kopi lain?**

Kalo saya enggak sih, udah biasa Starbucks.

**26. Apakah Ibu/Bapak pernah berkunjung ke kedai kopi lain?**

Dulu pernah, sekarang sih enggak.

**27. Sampai kapan Ibu/Bapak setia dengan Starbucks Matraman?**

Enggak tahuya haha, saya masih sering nge-gym dekat sini sih

**28. Apakah Ibu/Bapak setia dengan Starbucks Matraman karena pelayananya atau kualitas produknya?**

Keduanya dan juga tempatnya yang pelaksanaans.

**29. Apakah jika karyawannya sudah berbeda, Ibu/Bapak tetap menjadi pelanggan setia dari Starbucks Matraman?**

Iya masih, kan ini aja saaya udah ngeliat nih baristanya ganti2 terus dan masih sering mampir ke sini haha.

**30. Mengapa Ibu/Bapak memilih untuk tetap setia dengan Starbucks Matraman?**

Karena dekat tempat nge gym saya.

## Lampiran 5

### Transkrip Wawancara Informan Keempat

#### Pertanyaan dan Jawaban Wawancara

Nama : Eko Rahardjo

Tanggal : 23 Juni 2022

Tempat : Starbucks Matraman

**1. Apakah Ibu/Bapak adalah pelanggan setia Starbucks Matraman?**

Iyaa mungkin ya bisa dibilang hahaha

**2. Sudah berapa lama Ibu/Bapak menjadi pelanggan setia Starbucks Matraman?**

Baru 6 bulan kayanya

**3. Mengapa Ibu/Bapak setia dengan Starbucks Matraman?**

Karena enak parkirnya gampang kalau mampir kesini.

**4. Apakah Starbucks Matraman berusaha untuk menjalin hubungan dengan Ibu/Bapak?**

Iya

**5. Usaha apa yang dilakukan Starbucks Matraman dalam menjalin hubungan dengan Ibu/Bapak?**

Ramah, sudah kenal nama dan minuman saya.

**6. Apakah usaha tersebut dilakukan dengan baik?**

Baik

**7. Apakah usaha tersebut dilakukan dengan konsisten?**

Konsisten

**8. Apakah usaha tersebut mempengaruhi Ibu/Bapak menjadi pelanggan yang loyal dari Starbucks Matraman?**

Bisa dibilang gitu hehe

**9. Apakah Ibu/Bapak merasa usaha tersebut penting?**

Ya penting sih memang

**10. Mengapa Ibu/Bapak berpendapat bahwa cara yang dilakukan Starbucks Matraman benar dan penting?**

Penting karena dapat mempengaruhi pelanggannya juga pasti, karena kalo pelanggannya gak ramah males juga orang balik lagi hehe

**11. Apa tanggapan Ibu/Bapak mengenai usaha atau pelaksanaan yang diterapkan oleh mereka?**

Bagus, senang saya sebagai pelanggan.

**12. Apakah pelaksanaan tersebut perlu dilanjutkan?**

Perlu

**13. Apakah jika tanpa upaya atau startegi yang diterapkan tersebut Ibu/Bapak akan tetap menjadi pelanggan yang setia?**

Tetap sih kayanya haha

**14. Apakah Ibu/Bapak nyaman dengan pendekatan hubungan yang dilakukan?**

Nyaman

**15. Bagaimana dengan kualitas pelayanan maupun produk dari Starbucks Matraman menurut Ibu/Bapak?**



Pelayanannya dan produknya bagus Cuma kadang toiletnya suka kotor.

**16. Pernahkah Ibu/Bapak pernah kecewa dengan pelayanan atau kualitas dari produknya?**

Gak pernah sih paling ya itu toiletnya aja kotor.

**17. Pernahkan Ibu/Bapak memberikan saran atau kritik kepada Starbucks Matraman?**

Pernah

**18. Bagaimana tanggapan dari Starbucks Matraman dalam menyikapi kritik dan saran yang dilakukan oleh Ibu/Bapak?**

Baik kok, mereka senang dikasih masukan.

**19. Apakah mereka menerima kritik dan saran dari Ibu/Bapak?**

Iya, menerima dengan baik

**20. Apakah mereka berusaha untuk memperbaiki hal yang Ibu/Bapak sarankan?**

Saya lihat iya

**21. Apakah mereka memperbaikinya dengan kosnsisten mengenai kritik dan saran?**

Belum konsisten hehe

**22. Apakah menurut Ibu/Bapak mereka harus mengganti pelaksanaannya?**

Nggak perlu., cukup

**23. Apakah menurut Ibu/Bapak mereka membutuhkan startegi lain yang lebih efektif?**

Perlu sepertinya untuk memperkuat usaha yang diinginkannya.

**24. Mengapa pelaksanaan tersebut dianggap efektif?**

Karena bisa membuat pelanggan nyaman mungkin ya heheh

**25. Apakah Ibu/Bapak tertarik untuk berkunjung di kedai kopi lain?**

Saya nggak pernah sih, kan saya minumnya Americano black coffee yang cocok sama saya cuma Starbucks.

**26. Apakah Ibu/Bapak pernah berkunjung ke kedai kopi lain?**

Kalo saya sendiri enggak, paling kalo ada janji sama teman atau rekan kerja.

**27. Sampai kapan Ibu/Bapak setia dengan Starbucks Matraman?**

Gak tau saya juga haha

**28. Apakah Ibu/Bapak setia dengan Starbucks Matraman karena pelayanannya atau kualitas produknya?**

Karena parkirnya enak gampang dan juga saya lagi lewat sini terus nganter anak saya sekolah di Cikini.

**29. Apakah jika karyawannya sudah berbeda, Ibu/Bapak tetap menjadi pelanggan setia dari Starbucks Matraman?**

Mungkin masih ya karena saya masih butuh ngopi haha

**30. Mengapa Ibu/Bapak memilih untuk tetap setia dengan Starbucks Matraman?**

Yang pertama saya memang cocok sama kopi Starbucks dan yang kedua karena anak saya masih sekolah disekitar sini jadi saya bakal sering ngelewat Starbucks ini.



## Lampiran II

### Surat Tugas



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**TERAKREDITASI BAN-PT**

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520  
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719  
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : [info@unas.ac.id](mailto:info@unas.ac.id)

#### SURAT TUGAS

No. 376/WD/V/2022

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional menugaskan kepada Dosen berikut ini :

Nama : Drs. Hadi Surantio, M.Si  
NIP/NIDN : 0314076001  
Pangkat Akademik : Lektor  
Unit Kerja : FISIP Universitas Nasional

Untuk dapat bertindak sebagai Pembimbing Skripsi pada Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022 atas nama mahasiswa :

Nama : Wengga Putrie Bunga Mega sari  
NPM : 183112351640582  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Proposal Skripsi : *Pelaksanaan - Customer Relationship Management Starbucks Matraman Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan*

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jangka waktu penulisan skripsi adalah tiga sampai enam bulan.
- Memberikan bimbingan secara teratur delapan kali konsultasi dengan mengisi formulir 1 secara lengkap.
- Penulisan skripsi mengikuti pedoman sebagaimana tercantum dalam buku pedoman penulisan dan Ujian Skripsi yang dikeluarkan oleh Fakultas.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Jakarta, 13 Mei 2022

Wakil Dekan,



*Hadi*  
Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.

Lampiran III

Kesediaan Bimbingan Skripsi

	<b>UNIVERSITAS NASIONAL</b> <b>FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK</b> <b>TERAKREDITASI BAN-PT</b> Jl. Sawo Mania No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520 Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719 Homepage : <a href="http://www.unas.ac.id">http://www.unas.ac.id</a> Email : <a href="mailto:info@unas.ac.id">info@unas.ac.id</a>
Jakarta, 13 Mei 2022	
Nomor	: 376/WD/V/2022
Lamp	: 1 (satu) Berkas
Hal	: <b>Kesediaan Pembimbing Skripsi</b>
Kepada Yth	: Drs. Hadi Surantio, M.Si Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional Di Jakarta
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, Meminta Kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing Skripsi yang disusun oleh :	
Nama	: Wengga Putrie Bunga Mega sari
NPM	: 183112351640582
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi	: <b>Pelaksanaan Customer Relationship Management Starbucks Matraman Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan</b>
Kesediaan Bapak/Ibu memberikan bimbingan secara intensif sangat kami harapkan. Diminta Bapak/Ibu memberikan jawaban segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini dan untuk menghitung beban tugas, diminta segera mengembalikannya kepada Pimpinan Fakultas melalui Sekretariat.	
Demikian, terima kasih.	
<del>Bersedia/Tidak Bersedia*</del>	
Sebagai Pembimbing,	
	
Drs. Hadi Surantio, M.Si	Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.
*coret yang tidak perlu	
	
<b>Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi</b>	



**PT. SARI COFFEE INDONESIA  
STARBUCKS COFFEE**

Jl. Matraman Raya No.18, RT.2/RW.1, Kb. Manggis,  
Kec. Matraman, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus  
Ibukota Jakarta 13150  
Telp. 021 22081161

---

**SURAT KETERANGAN MELAKUKAN PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alli Uraidy  
Jabatan : Store Manager Starbucks Coffee Matraman  
Instansi : PT. Sari Coffee Indonesia (Starbucks Matraman)

Dengan ini menerangkan bahwa benar mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas nasional atas nama Wengga Putrie Bunga Mega Sari (NPM. 183112351640582) telah melaksanakan penelitian di Starbucks Matraman, sejak tanggal 19 Juni 2022 sampai dengan 23 Juni 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Jakarta, 09 Juli 2022

Hormat Kami,

**Alli Uraidy**

Store Manager Starbucks Matraman



Lampiran IV

**Dokumentasi Penelitian**



Foto bersama Key Informan, yaitu Alli Uraidy selaku Store Manager Starbucks Coffee Matraman.



Foto bersama informan pertama yaitu Uca yang dilakukan pada tanggal 19 Juni 2022, di Starbucks Matraman.





Foto bersama informan kedua yaitu Armel Lia yang dilakukan pada tanggal 20 Juni 2022, di Starbucks Matraman.



Foto bersama informan ketiga yaitu Dominikus Eko yang dilakukan pada tanggal 23 Juni 2022, di Starbucks Matraman.



Foto bersama informan keempat yaitu Eko Rahardjo yang dilakukan pada tanggal 23 Juni 2022, di Starbucks Matraman.

## Lampiran V

### Daftar Riwayat Hidup



Nama : Wengga Putrie Bunga Mega Sari  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/Tgl Lahir : Bogor, 6 Desember 1998  
Alamat : Pondok Terong, RT. 01 RW. 06 No. 40 Kelurahan Pondok  
Jaya, kecamatan Cipayung, Kota Depok  
Agama : Islam  
Status Perkawinan : Belum Menikah  
No Hp : 081776562888  
Alamat Email : wenggaputrie0612@gmail.com  
Pendidikan :

- 2004 - 2005 : TK Nurul Iman Depok
- 2005 - 2011 : SDN Pondok Terong 1 Depok
- 2011 - 2014 : SMP PGRI 1 Depok
- 2014 - 2017 : SMA Sejahtera 1 Depok
- 2018 – Sekarang

## Lampiran VI

### Hasil Turnitin

