

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 160

Agustinus Sri Wahyudi. *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996)  
hal:19

Andri & Endang, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Mediaterra, 2015), hlm.  
48

Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern...*, 352.

Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset,  
2008), 229.

Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi, 2000) hal: 17

Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi h 95

Fred r. David, *Strategic Management Manajemen Strategis* h.8-9

Griffin, J. 2009. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan  
Pelanggan*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip (2006). *Manajemen pemasaran*, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T  
Indeks Gramedia

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas* (Jakarta: Indeks  
Kelompok Gramedia, 2003), 18.

Laurence A. Manullang, *Teori Manajemen Komprehensif Integralistik*,  
(Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 313

M. Nur Rianto Al arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:  
Alfabeta, 2010) h. 14

Moleong, L. J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017, hal 6.

Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2011), h.32

Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h.192

Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Ke 13, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 63

Prasetya Irawan, *Logika dan Prosedur Penelitian*. Jakarta : Hanke, John E. et. all., 2004, hal 60.

R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Penj: Deddy Mulyana (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2005), hlm., 2<sup>[1]</sup><sub>[SEP]</sub>

Rachmat Kriyantono. (2007). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Predana Media Group. h. 99

Rambat Lupyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Salemba: Jakarta, 2008) h. 75

Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 129.

Ratih Hurriyati, *Bauran dan Loyalitas konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010) hal.62

Ririn Tri Ratna Sari & Mastuti H. Aksa, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 37

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*,... hlm. 338

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet, 2019, hal 18.

Suhardi, *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*, (Yogyakarta, Gava Media, 2018),. hlm.153

Sukarna, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: Mandar Maju, 2011)., hlm. 86

Terry, George R., dan Leslie.W.Rue, *Dasar-Dasar Manajemen*, alih bahasa, G.A. Ticoalu, Jakarta: Bina Aksara, 1988.

Warnadi dan Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 32.

**JURNAL :**

Anis Chairiri, “*Landasan Filsafat dan Metode Penelitian Kualitatif*”, Paper Laporan Pengembangan Akutansi FE Universitas Diponegoro Semarang. Hlm 17

Dewi Diniaty. *Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan* .Vol. 11, No.2, Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri, Juni 2014, h. 177

Dharmmesta, B.S., (1999) *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konsep-tual sebagai Panduan bagi Penalty*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No. 3. Pp. 73-88.

**INTERNET :**

Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>. Pada tanggal 9 Oktober 2022, pukul 22:03





# LAMPIRAN

## LAMPIRAN I

### Surat Tugas dan Kesiediaan Pembimbing



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,  
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719  
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unnas.ac.id> E-mail : [febunsa49@gmail.com](mailto:febunsa49@gmail.com)

---

**PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI**  
Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : Swastiningsih, S.E., M.Si.

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa	: Muhammad Ravi Ali
Nomor Pokok	: 193516516222
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi	: Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022  
Dekan,



**Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si**  
N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

## LAMPIRAN II

### Lembar Konsultasi Bimbingan



#### UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,  
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

JL. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id>. E-mail : [febunas49@gmail.com](mailto:febunas49@gmail.com)

#### KONSULTASI BIMBINGAN

**Npm** : 193516516222  
**Nama** : MUHAMMAD RAVI ALI  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Konsentrasi** : Hubungan Masyarakat

#### KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
11 October, 2022	pada bimbingan pertama menentukan judul. judul awal penelitian " <b>strategi komunikasi pemasaran usaha kedai kopi melalui akun instagram @di.arahpulang</b> " diubah menjadi " <b>strategi komunikasi pemasaran kedai kopi @di.arahpulang dalam meningkatkan brand engagement melalui media sosial instagram.</b> "  tanggal, 27 september 2022	Sudah Ditanggapi
12 October, 2022	bimbingan ke 2 penambahan konsep dan teori	Sudah Ditanggapi
13 October, 2022	bimbingan ke 3 penyelesaian dari bab 1-3	Sudah Ditanggapi
13 October, 2022	pembenaran pada bab 2 konsep dan teori serta kerangka pemikiran	Sudah Ditanggapi

#### KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
12 December, 2022	revisi setelah sidang proposal	Sudah Ditanggapi
18 January, 2023	revisi bab 2 : 1. jelaskan pengertian tentang strategi dan dijabarkan 2. jelaskan pengertian tentang promosi 3. bab 2 minimal 10 halaman	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
30 January, 2023	skripsi revisi 1 bimbingan 4.1 gambaran umum	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	skripsi revisi 2 bimbingan 4.2 hasil penelitian	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	skripsi revisi 3 bimbingan bab iv	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	skripsi revisi 3 bimbingan bab iv dan revisi 4.3	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	skripsi revisi bab iv dan v	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	revisi bab iv dan v revisi bab v	Sudah Ditanggapi





## LAMPIRAN III

### Surat Penelitian



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

Jl. Sawo Mania 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)

Nomor : 252/WD/15/2023 Jakarta,..... 2023  
Lamp : -  
Perihal : Permohonan Penelitian dan Informasi Data

Kepada Yth,  
Rizky Karim  
Owner Kedai Kopi Di.arahpulang  
Jl. Galur Sari Timur No.21 RT7/5 Utan Kayu Sel., Kec. Matraman, Kota Jakarta Timur

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa di bawah ini:

Nama : Muhammad Ravi Ali  
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516222  
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Public Relations  
Alamat Rumah : Jl. Bukit Duri Selatan VIII NO.23 RT 005/RW 07  
12840  
HP : 0858.8617.0842

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul : Strategi Promosi Produk Kopi Filter Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Kedai Kopi Di.arahpulang, dengan Dosen Pembimbing : Swastiningsih, SE, M.Si

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatiannya dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si

**Lampiran IV**  
**Transkrip Wawancara**

**1. Key Informan**

Narasumber : Rizky Karim

Jabatan : *Owner* Kedai Kopi Di.arahpulang

Hari/Tanggal : 17 Januari 2023

No.	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
1.	Selamat malam mas, sebelumnya terimakasih karena sudah bersedia meluangkan waktunya untuk saya wawancarai. Boleh perkenalkan mas namanya siapa?	Iya baik, selamat malam juga mas. Saya Rizky Karim sebagai owner dari Kedai Kopi Di.arahpulang.
2.	Sejak kapan Kedai Kopi Di.arahpulang berdiri?	Arahpulang berdiri itu dari tahun 2021 yaitu pada bulan 18 Agustus 2021.
3.	Berapa lama mas mendalami dunia kopi?	Mendalami dunia kopi, baru dunia kopi itu masih masuk hitungannya kalau di dunia kopi itu <i>third wave</i> . <i>Third Wave</i> itu baru 2016 akhir atau 2017 awal.
4.	Apa yang menjadi alasan untuk membuka usaha kedai kopi?	Yang menjadi alasan adalah karena ingin membuka usaha sendiri tanpa adanya tekanan dari atasan. Jadi lebih leluasa untuk bekerja dengan kita yang atur sendiri dimulai dari fleksibel nya jam operasional.

5.	Apa saja perencanaan yang dilakukan untuk memulai usaha kedai kopi?	Merencanakan usaha kopi sebenarnya pertamanya sih <i>R&amp;D</i> dulu namanya ( <i>Research and Development</i> ) jadi melihat pasar atau market terus konsep yang mau dibuat, sama fokusnya lebih kemana dalam penjualan <i>market</i> nya gitu.
6.	Persiapan apa saja yang dilakukan mas dalam membuka usaha kedai kopi?	Yang pertama pastinya nyiapin duit dulu sih, sebenarnya sih yang paling pertama itu <i>skill</i> dari <i>skill</i> udah ada modal kalo ada ya buat kalo modal belum cukup ya kumpulin.
7.	Apa tujuan utama dalam membuka usaha kedai kopi ini?	Tujuan utama sebenarnya lebih menikmati pekerjaan, kalo dunia kopi ada namanya barista, kalo di barista itu kayak yang tugasnya cuma buat-buat kopi. Tapi kalo misalnya kita buat sendiri itu lebih berasa ga cuma nyeduh kopi tapi bisa kenal banyak orang.
8.	Dalam membuka usaha kedai kopi memerlukan berapa karyawan untuk menjalankan perencanaan yang sudah dibuat?	Nah, karena kebetulan warung kopi arah pulang itu sebenarnya untuk operasional jam buka masih 2 <i>shift</i> jadi hanya ada satu karyawan aja yang bekerja sebagai barista dan <i>kitchen</i> .

9.	<p>Dalam pengelolaan kedai kopi apakah mas melibatkan orang lain atau tidak?</p>	<p>Melibatkan orang lain itu pastinya melibatkan sih dari mulai temen-temen yang misalnya dia satu kerjaan sebelumnya untuk di dunia <i>pastry</i>, kalo misalnya ada butuh <i>snack-snack</i> kita bisa mesen dari temen sama temen temen kopi yang masih bisa suplai-suplai biji kopi untuk bahan itu kita butuhin.</p>
10.	<p>Metode apa saja yang dilakukan Kedai Kopi Di.arahpulang untuk melakukan pembayaran?</p>	<p>Metode pembayaran di Kedai Kopi Di.arahpulang ini biasanya pembayarannya cash tapi kita juga ada pembayaran yang melalui QR. Tapi rata-rata disini itu kebanyakan cash sih dibanding pembayaran melalui QR. Biasanya pembayaran melalui QR ini kalo ada <i>customer</i> yang lupa membawa uang cash atau memang tipe <i>customer</i> yang <i>cashless</i>.</p>
11.	<p>Bagaimana cara mas mengatur <i>budget</i> pengeluaran untuk tempat dan produk pada Kedai Kopi Di.arahpulang?</p>	<p>Nah kalo soal ini biasanya kita sehabis tutup warung menghitung pendapatan dan pengeluaran setiap hari. Terhitung pendapatan dan pengeluarannya berapa baru kita sisihkan. untuk biaya sewa tempat dan juga biaya untuk operasional produk.</p>


<p>12.</p>	<p>Seperti apa pengawasan yang dilakukan dalam ketersediaan produk kopi <i>filter</i> untuk pelanggan?</p>	<p>Oke, kalo kopi <i>filter</i> itu ada dua. Yang pertama itu ada kopi <i>filter</i> biji kopi <i>roastery</i> luar, <i>roastery</i> orang-orang atau <i>roastery</i> temen-temen sama <i>roastery</i> dari warung yang dimana tuh kita udah tau biji kopinya gimana, udah tau gimana cara <i>roasting</i> nya otomatis tau juga gimana cara nyeduhnya. Jadi setelah kalo kita nge <i>roasting</i> sendiri pasti setelah itu ada namanya <i>cupping</i> terus lebih karakternya lebih kemana itu nanti kita jelasin begitu pula juga kayak biji-biji kopi yang dapat dari <i>roastery</i> temen sebisa mungkin bisa ngejelasin gimana karakternya jadi kalo misalnya ada tamu yang dateng ya kita bisa ngejelasin buat tamu yang dia minta karakternya mau kayak gimana.</p>
<p>13.</p>	<p>Bagaimana cara yang dilakukan agar pelanggan tertarik untuk membeli produk kopi <i>filter</i>?</p>	<p>Agar tertarik ya, nah kalo tertarik-tertariknya itu sebenarnya balik lagi ke pengenalan kalo orang yang dateng emang mau kopi <i>filter</i> yaudah, cuma misalnya kalau yang belum kenal untuk kopi <i>filter</i> biasanya ya kita ngenalinnya nyeduh biasa terus kita suruh cobain maksudnya sambil dia minum kopinya yang bukan kopi <i>filter</i> itu masih kita cobain bahwa kopi <i>filter</i> ini juga enak dibanding kayak kopi-kopi yang pakai gula. Kopi <i>filter</i> itu lebih baik sebenarnya, jadi kita pengenalannya sambil menceritakan <i>sharing</i></p>

		kayak ini kopi <i>filter</i> yang emang bagus buat tubuh dan ga harus pakai gula.
14.	Produk apa saja yang dijual di kedai kopi ini?	<p>Produk yang dijual lebih fokus di <i>filter coffee</i>. Selain <i>filter coffee</i> itu ada <i>coffee mocktail</i> atau minuman-minuman yang berbasis campuran satu dua sirup terus kita kasih soda, sebenarnya <i>mocktail</i> itu turunannya minuman soda kalau <i>cocktail</i> itu yang alkohol. Jadi <i>basic</i> nya kita suka ganti-ganti misalnya untuk bulan ini ada <i>mocktail</i> apa untuk bulan depan itu ada <i>mocktail</i> apa, jadi kita bikin <i>signature</i> kayak minuman-minuman yang lagi ada di bulan ini gitu. Dan kalo untuk makanan paling kentang goreng, cireng bumbu rujak, donat kampung, <i>soft cookies</i>, dan <i>mini croissant</i>.</p>
15.	Apa produk minuman yang paling laku yang dijual di kedai kopi ini?	<p>Produk yang paling laku kalo secara ada namanya kalo di aplikasi kasir itu minuman yang paling terjual itu <i>sales</i> tertinggi itu kopi <i>filter</i> dan <i>sales</i> tertinggi kedua itu minuman-minuman yang berbasis kopi jadi ada es kopi susu aren itu yang berbasis kopi dan yang ketiga itu yang ga berbasis kopi susu yaitu <i>mocktail</i>.</p>

16.	<p>Bagaimana cara anda menentukan <i>range</i> harga yang ditetapkan pada produk kopi <i>filter</i> beberapa menu lainnya untuk dijual?</p>	<p>Nah kalo untuk menentukan harga sebetulnya butuh itung-itungan kayak ada namanya COGS. COGS itu <i>Cost Of Good Sale</i> jadi dimana kita ngitung bahan ngitung semua bahan terus itu dapat di app harga jual terus harga produknya terus kita mau ambil keuntungan berapa kita ngitungnya dari situ. Untuk harga sih disini kita netapinnya tuh kisaran Rp 15.000 – Rp 22.000.</p>
17.	<p>Siapa saja target pasar Kedai Kopi Di.arahpulang?</p>	<p>Target pasar ngopi diarahpulang itu adalah yang pertama pastinya masyarakat lingkungan sini dan yang kedua orang-orang yang emang pengen nyobain hal baru kayak lebih ke experience sebenarnya untuk pengenalan-perkenalan kopi kayak <i>slowbar</i> yang dimana kita mesen sambil ngobrolin menu yang dipesan.</p>
18.	<p>Hal apa yang membuat Kedai Kopi Di.arahpulang berbeda dengan kedai kopi lainnya?</p>	<p>Yang paling berbeda sih sebenarnya secara konsep, kita ambil konsepnya itu kan semi <i>slowbar</i>, kalau misalnya kita mau mesen bisa nunggu terus kalau misal kita mau ngobrol kita bisa ganti-gantian duduk di depan sambil ngobrol.</p>

19.	Apa yang membuat <i>customer</i> nyaman di Kedai Kopi Di.arahpulang?	<p><i>Customer</i> nyaman itu banyak faktor sih misalnya dibidang nyaman itu harus ada ac atau ada <i>wifi</i> itu bisa dikatakan nyaman, tapi kalau di warung arah pulang itu cuma ada <i>wifi</i> doang sebenarnya. Kalau dibidang nyaman mungkin kalo orang ada yang butuhnya cari tempat yang lebih sepi dimalam karena kan kalo dekat sekitaran warung jam 9-11 malam itu sudah agak sepi.</p>
20.	Bagaimana cara Kedai Kopi Di.arahpulang mendatangkan pelanggan?	<p>Nah karena arahpulang itu berdiri di tengah-tengah kampung sih sebenarnya tapi yang ga kampung banget, masih banyak anak-anak yang lewat itu masih dikatakan kayak kampung. Nah pengenalannya itu kita lewat dari media sosial kita <i>boost</i> nya dari media sosial tentang jam buka, tentang libur, tentang produk-produk yang kita jual kita lebih dominan bermain di instagram.</p>
21.	Apakah ada target penjualan setiap bulannya?	<p>Target penjualan sebenarnya di dalam <i>coffee shop</i> itu ada targetnya, cuma kalo untuk arahpulang sendiri itu juga ada target yang ga terlalu atau masih bisa dibidang target aman. Ada targetnya mencari cuan lebih atau gimana yang</p>



		ga terlalu tinggi, karena warung kopi yang pastinya bertahan itu jangka panjang jadi ga ngambil keuntungan yang gede banget.
22.	<p>Bagaimana cara Kedai Kopi Di.arahpulang membangun relasi dengan <i>customer</i>?</p> 	<p>Nah membangun relasi sebenarnya itu gampang kayak kalo misalnya <i>customer</i> dateng atau tamu dateng kita sebisa mungkin itu ajak ngobrol kalo misalnya dia dateng sendiri itu bisa kita ajak ngobrol kayak misalnya nanya-nanya dari daerah mana terus kok tau arahpulang dari mana, nah dari perbincangan itu sebenarnya yang lebih bisa mendekatkan kita sama <i>customer</i> jadi <i>chemistry</i> itu kebangun untuk dia dateng kayak oh diarahpulang itu ada mas karim jadi kalo ada mas karim kalo di arahpulang ada mas karim itu kita bisa ngobrol dan dia bisa balik lagi bisa ajak temennya atau gimana.</p>
23.	<p>Apa saja kendala yang didapati oleh lingkungan sekitar Kedai Kopi Di.arahpulang?</p>	<p>Kendala soal parkir masih aman sih selagi ga terlalu ngeganggu untuk jalanan. Kalo dari kendala warga mungkin untuk beberapa awal-awal itu kayak pas kita masih pengenalan kayak oh disini ada tempat kopi, misalnya dimana ada tempat kopi kan ada yang masih bisa mau nyetel musiknya gede yang bisa ngeganggu tetangga</p>

		itu mungkin kendala-kendala awal tapi bisa di omongin secara baik jadi gaada lagi kendalanya.
--	--	---



## 2. Informan

Narasumber 1 : Eri Dwian Rifaldi

Jabatan : Pelanggan Kedai Kopi Di.arahpulang

Hari/Tanggal : 17 Januari 2023

No.	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
1.	Halo Selamat malam, boleh perkenalkan anda namanya siapa?	Malam, perkenalkan nama saya Eri Dwian Rifaldi atau biasa dipanggil Edu.
2.	Kalau boleh tau, berapakah usia anda?	Untuk saat ini usia saya 24 tahun.
3.	Sejak kapan anda menjadi pelanggan Kedai Kopi Di.arahpulang?	Untuk menjadi pelanggan di Kedai Kopi Di.arahpulang saya menjadi pelanggan di tahun 2021 pada bulan November.
4.	Oke. Seberapa sering anda berkunjung ke Kedai Kopi Di.arahpulang?	Untuk berkunjung mungkin ya di hari-hari <i>weekend</i> karena di hari <i>weekdays</i> itu kan bekerja mungkin saya ke Kedai Kopi Di.arahpulang itu di hari-hari <i>weekend</i> sih sabtu atau ga minggu.
5.	Pada pukul berapa biasanya anda mendatangi Kedai Kopi Di.arahpulang?	Untuk jam nya saya kesana itu pukul antara jam 8 malam atau jam 9 malam.
6.	Darimana anda mengetahui informasi seputar Kedai Kopi Di.arahpulang?	Satu dari referensi mungkin temen yang memberi tau atau saya juga sering melihat di media-media sosial mencari referensi kedai-kedai kopi seperti itu.

7.	Oke pertanyaan selanjutnya adalah apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke Kedai Kopi Di.arahpulang?	Untuk tertarik ya mungkin dari kecocokan kopi dari racikan baristanya cocok di mulut di lidah saya itu cocok dan tidak terlalu banyak tangan karena dia kan berdiri sendiri di kedai itu dan satu orang yang meracik kopi.
8.	Oke pertanyaan selanjutnya, apa yang membedakan Kedai Kopi Di.arahpulang dengan tempat kopi lainnya?	Yang membedakan ya mungkin pertama <i>pricelist</i> nya beda di Kedai Kopi Di.arahpulang masih terjangkau di kalangan bawah masih bisa menjangkau kopi tersebut dibandingkan di kopi-kopi lain yang mungkin beda yang sudah memiliki <i>brand</i> tinggi yang mungkin itu <i>pricelist</i> nya lebih tinggi.
9.	Dari layanan yang diberikan oleh Kedai Kopi Di.arahpulang, menurut anda apakah sudah cukup puas atau ada kekurangan?	Untuk layanannya di Kedai Kopi Di.arahpulang menurut saya sudah cukup memuaskan karena mungkin dari bisa disebut <i>owner</i> bisa disebut barista dia sudah terbiasa dalam hal-hal melayani pelanggan walaupun dia sendiri dia cukup cekatan dalam memberikan pelayanan kepada <i>customer</i> .

10.	Faktor apa yang paling mempengaruhi anda untuk berkunjung ke Kedai Kopi Di.arahpulang?	Faktor yang paling mempengaruhi mungkin salah satunya yang saya bilang kopi dengan racikan dia ya kalo buat saya sangat mempengaruhi dia bisa memberikan racikan yang pas itu untuk saya salah satu faktor yang paling mempengaruhi.
11.	Menurut anda, dengan harga yang ditetapkan Kedai Kopi Di.arahpulang untuk makanan dan minuman, apa anda merasa keberatan?	Untuk harganya ya menurut saya cukup, dibilang sangat-sangat terjangkau dibandingkan yang lain, untuk makanannya cukup dibilang murah engga dibilang mahal engga untuk minumannya pun juga harganya standar dibandingkan yang lain.
12.	Apakah anda menyukai produk kopi <i>filter</i> di Kedai Kopi Di.arahpulang?Jika iya mengapa?	Untuk kopi <i>filter</i> atau biasa disebut <i>V-60</i> itu saya suka karena kopi untuk <i>V-60</i> itu kan berbagai macam jadi saya bisa memilih apa yang biasa saya sering minum dan dia juga bisa memberikan rasa yang pas dalam membuat kopi <i>filter</i> atau <i>V-60</i> tersebut.

13.	Apakah anda mengikuti media sosial instagram Kedai Kopi Di.arahpulang?	Media sosial Kedai Kopi Di.arahpulang ya saya sering melihat di <i>instastory</i> instagramnya kapan dia memberikan informasi entah dia buka jam berapa tutupnya jam berapa saya bisa mengetahui hal-hal itu di media sosial Kedai Kopi Di.arahpulang.
14.	Baik, pertanyaan berikutnya dari media sosial instagram Kedai Kopi Di.arahpulang, apakah menurut anda cukup efektif dalam memberikan informasi seputar jam buka dan promosi?	Media sosialnya sangat efektif dia selalu aktif dalam memberikan informasi dalam memberikan promo-promo mungkin salah satunya itu yang bisa menarik <i>customer-customer</i> yang lain untuk bisa datang ke Kedai Kopi Di.arahpulang.
15.	Menurut anda, apakah lokasi Kedai Kopi Di.arahpulang strategis atau tidak?	Untuk lingkungan Kedai Kopi Di.arahpulang menurut saya sih strategis karena dia itu bisa dibidang dijalan umum bukan dijalan yang tidak banyak dilalui orang karena disitu banyak orang-orang dari luar manapun bisa datang kesitu ya itu balik lagi karena dia memberi tau informasi lokasinya dimana melalui instagram.
16.	Menurut anda, apakah kemasan untuk produk kopi <i>filter</i> di Kedai Kopi Di.arahpulang menarik?	Untuk kemasan kopi <i>filter</i> menurut saya sih menarik karena memberikan kemasan yang sangat unik yaitu bisa dibidang gelasnya unik ataupun tempat kopinya itu unik.

17.	Apa yang membuat anda nyaman ketika datang ke Kedai Kopi Di.arahpulang?	Yang membuat saya nyaman itu satu karena lingkungan dia sangat strategis walaupun bisa dibbilang sih di dalam komplek perumahan gitu karena tidak terlalu banyak motor atau mobil yang lalu lalang seperti itu.
18.	Apakah strategi dalam kemasan dan promosi pada produk kopi <i>filter</i> sudah cukup memuaskan?	Untuk kemasan dan promosi menurut saya sih sudah cukup memuaskan karena yang tadi saya bilang dia itu kalo untuk promosi juga sangat aktif di media sosial untuk kemasannya mungkin bisa lebih di inovasi ataupun diberikan apa yang bisa lebih menarik untuk <i>customer</i> .
19.	Apakah anda akan terus menjadi <i>loyal customer</i> Kedai Kopi Di.arahpulang?Dan apa alasannya?	Untuk <i>loyal</i> sih pasti saya <i>loyal</i> karena saya pribadi sangat suka kopi dan titik letak lokasi arahpulang tidak jauh dari rumah saya walaupun saya hanya berkunjung ke Kedai Kopi Di.arahpulang di hari-hari <i>weekend</i> tapi saya akan menjadi tetap <i>loyal</i> karena sudah cocok kopinya dengan mulut saya.

20.	<p>Oke pertanyaan selanjutnya atau pertanyaan terakhir, apakah anda mempunyai masukan dan saran untuk bagaimana kedepannya Kedai Kopi Di.arahpulang?</p>	<p>Masukan dari saya mungkin lebih ke arah menu, entah bisa ditambah menu kopi-kopi lain dengan inovasi yang lain mungkin bisa belajar ke yang sudah lebih dibidang hatamlah dalam kopi dan juga <i>snack-snack</i> nya kalo bisa ditambah juga <i>snack-snack</i> nya karena <i>customer</i> yang datang kesitu ga hanya melihat menu-menu kopi pasti juga melihat menu-menu <i>snack</i> atau makanan, untuk saran saya lebih ini aja sih lebih kayak bikin promosi iklan dimana entah suruh yang sudah biasa disitu bisa tolong di promosiin ke temen-temen yang lain supaya tempat itu bisa rame dan ya gamau kalah lah dari tempat-tempat yang lain.</p>
-----	--	---





### 3. Informan

Narasumber 2 : Fachri Akbar

Jabatan : Pelanggan Kedai Kopi Di.arahpulang

Hari/Tanggal : 17 Januari 2023

No.	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
1.	Halo Selamat malam, boleh perkenalkan anda namanya siapa?	Ya kak, selamat malam kenalin nama gua Fachri Akbar bisa dipanggil Akbar kak.
2.	Kalau boleh tau, berapakah usia anda?	Untuk usia sebetulnya masih muda kak masih 21 tahun.
3.	Sejak kapan anda menjadi pelanggan Kedai Kopi Di.arahpulang?	Sebetulnya tuh menjadi pelanggan di Kedai Kopi Di.arahpulang ini semenjak bulan Desember di pertengahan Desember kak sekitar tanggal 15 atau 16 Desember 2021.
4.	Oke. Seberapa sering anda berkunjung ke Kedai Kopi Di.arahpulang?	Untuk berkunjung ke Kedai Kopi Di.arahpulang ini biasanya dalam seminggu tuh bisa 3-4 kali tergantung kesibukan dari saya pribadi.
5.	Pada pukul berapa biasanya anda mendatangi Kedai Kopi Di.arahpulang?	Biasanya malem sih setelah isya pukul 7 bareng temen-temen kan sampe jam biasanya sampe jam 9 malem sih kalo di Kedai Kopi Di.arahpulang ini.

6.	Darimana anda mengetahui informasi seputar Kedai Kopi Di.arahpulang?	Nah kalo terkait informasi sebetulnya awalnya iseng sih kak lagi jalan-jalan terus melihat Kedai Kopi Di.arahpulang ini cukup menarik tampilannya dari kaca-kita orang akhirnya mencobalah untuk nongkrong atau ngopi disini.
7.	Oke pertanyaan selanjutnya adalah apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke Kedai Kopi Di.arahpulang?	Sebetulnya yang membuat tertarik konsep dari kedainya ini sih dari gerobaknya terus dari tempat nongkrongnya, tempat duduknya tuh tertarik dari <i>view</i> nya gitu kayaknya bagus kalo untuk nongkrong enak gitu.
8.	Oke pertanyaan selanjutnya, apa yang membedakan Kedai Kopi Di.arahpulang dengan tempat kopi lainnya?	Kalo yang membedakan mungkin yaitu tadi dari konsep kedainya tersebut beda satu Kedai Kopi Di.arahpulang sama kedai yang lain terus dari pelayanannya dari harganya cukup memuaskan sih kalo Kedai Kopi Di.arahpulang ini.
9.	Dari layanan yang diberikan oleh Kedai Kopi Di.arahpulang, menurut anda apakah sudah cukup puas atau ada kekurangan?	Kalo untuk pelayanan sih bagus karena masih muda juga jadi sama-sama satu frekuensi lah bisa dibilang jadi masih nyambung lah terus enak lah untuk diajak ngobrol juga ga cuma sekedar menjual tapi lebih kearah teman sih.

10.	Faktor apa yang paling mempengaruhi anda untuk berkunjung ke Kedai Kopi Di.arahpulang?	Yang pertama mungkin faktor kenyamanan tempatnya, terus dari segi konsep kedainya ini, terus sama pelayanan terhadap <i>customer</i> nya sih kak gitu.
11.	Menurut anda, dengan harga yang ditetapkan Kedai Kopi Di.arahpulang untuk makanan dan minuman, apa anda merasa keberatan?	Sebetulnya standar ya dengan harga yang sudah di patokan sama Kedai Kopi Di.arahpulang ini sebetulnya standar, wajar lah dengan pelayanan dan juga tempat yang asik dan bagus ini wajar kalo misalkan dengan harga segitu menurut saya.
12.	Apakah anda menyukai produk kopi <i>filter</i> di Kedai Kopi Di.arahpulang? Jika iya mengapa?	Nah untuk kopi <i>filter</i> itu kan menurut saya pribadi itu merupakan satu produk unggulan dari Kedai Kopi Di.arahpulang karena saya kan suka kopi-kopi pahit ya nah ini dari segi rasa pas banget tuh kak pahitnya.
13.	Apakah anda mengikuti media sosial instagram Kedai Kopi Di.arahpulang?	Nah setelah pertama kali mencoba kopi di kedai ini kita di promosiin lah terkait instagram jadi tau kalo misalkan kedai ini ada instagramnya dan udah <i>follow</i> juga sih.

14.	Baik, pertanyaan berikutnya dari media sosial instagram Kedai Kopi Di.arahpulang, apakah menurut anda cukup efektif dalam memberikan informasi seputar jam buka dan promosi?	Sebetulnya banyak ya kalo diliat dari media sosial udah banyak promosi terus udah banyak informasi yang diberikan jadi untuk pelanggan setianya tuh bisa <i>update</i> setiap hari terkait keadaan di kedai kopi ini .
15.	Menurut anda, apakah lokasi Kedai Kopi Di.arahpulang strategis atau tidak?	Kalo strategis sih strategis karena kedainya ada di lingkungan masyarakat jadi banyak masyarakat sekitar juga nih anak-anak muda khususnya yang pada mau ngopi atau sekedar nongkrong di kedai ini.
16.	Menurut anda, apakah kemasan untuk produk kopi <i>filter</i> di Kedai Kopi Di.arahpulang menarik?	Nah untuk kemasannya nah itu juga yang menjadi unggulan dari kopi <i>filter</i> ini nih, selain rasanya yang pas kemasannya tuh ciamik terus disediakan dengan gelas yang unik jadi tampilannya menarik kalo menurut saya.
17.	Apa yang membuat anda nyaman ketika datang ke Kedai Kopi Di.arahpulang?	Yang buat nyaman yang pertama dari tempat nongkrong atau tempat kumpul buat temen tuh nyaman banget karena konsep sama tempatnya tuh bagus, yang kedua tuh pelayanannya, yang ketiga pasti cita rasa dari makanan dan minuman yang ada di kedai ini.

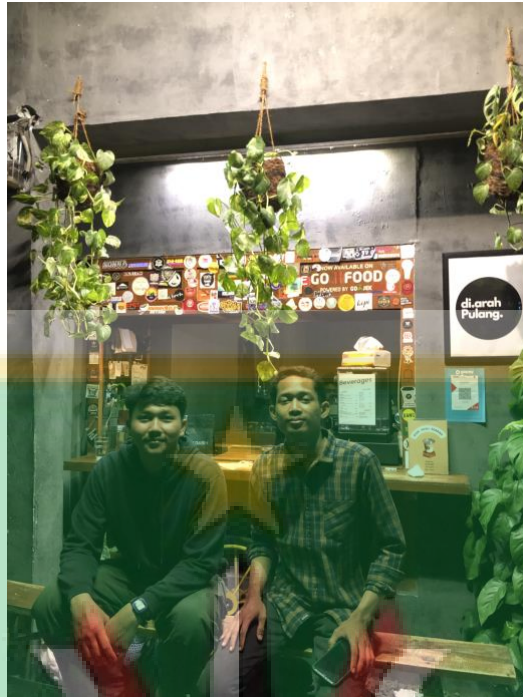
18.	Apakah strategi dalam kemasan dan promosi pada produk kopi <i>filter</i> sudah cukup memuaskan?	Sebetulnya kalo diliat dari kemasannya udah menarik ya terus disajikan di dalam gelas unik itu menurut saya sih udah bagus dan memuaskan lah dan promosi nya juga di instagram sering kok terkait kopi <i>filter</i> ini dan menarik juga jadi orang buat datang ke Kedai Kopi Di.arahpulang.
19.	Apakah anda akan terus menjadi <i>loyal customer</i> Kedai Kopi Di.arahpulang?Dan apa alasannya?	Ya itu mungkin karena <i>first impression</i> saya mencoba kopi <i>filter</i> disini merasa enak terus tempatnya juga nyaman akhirnya sekarang jadi sering seminggu 3-4 kali jadi keseringan kesini dan kayaknya sih bakalan jadi <i>customer</i> tetap.
20.	Apakah anda mempunyai masukan dan saran untuk bagaimana kedepannya Kedai Kopi Di.arahpulang?	Mungkin yang harus diperbaiki atau masukan dari saya adalah terkait informasi terus promosinya lebih di giatin lagi di instagram dari segi desain <i>layer</i> dan desain <i>poster</i> itu juga harus menarik perhatian warganet atau <i>netizen</i> , terus juga yang paling penting promosi ke warga sekitar itu juga ditingkatkan lagi sih sama pelayanan karena sudah baik yah harus ditambah baik lagi.

## LAMPIRAN V

### Dokumentasi

#### Bentuk Promosi yang dilakukan Kedai Kopi Di arahpulang





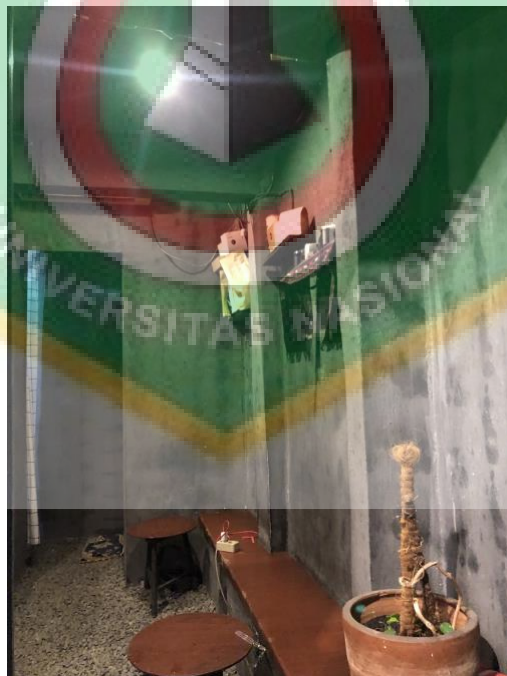
**Foto dengan key informan Rizky Karim**



**Eri Pelanggan Tetap Kedai Kopi Di.arahpulang**



**Akbar Pelanggan Tetap Kedai Kopi Di.arahpulang**



**Ruangan Kedai Kopi Di.arahpulang**





**Bagian Luar Kedai Kopi Di.arahpulang**



**Meja Bar Kedai Kopi Di.arahpulang**

## LAMPIRAN VI

### Daftar Riwayat Hidup

#### Data Pribadi

Nama : Muhammad Ravi Ali  
NPM : 193516516222  
Tempat/TTL : Jakarta/25 Oktober 2001  
Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/ Public Relations  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Email : [muhammadraviali@gmail.com](mailto:muhammadraviali@gmail.com)  
Hobi : Mendengarkan musik dan bermain game

#### Riwayat Pendidikan

SMPN 265 Jakarta Selatan	2013 - 2016
SMAN 37 Jakarta Selatan	2016 – 2019
UNAS PRODI KOMUNIKASI	2019 - 2023

## LAMPIRAN

### LEMBAR HASIL UJI TURNITIN

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

<b>22</b> %	<b>22</b> %	<b>8</b> %	<b>0</b> %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet Source	<b>2</b> %
<b>2</b>	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	<b>2</b> %
<b>3</b>	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>4</b>	<a href="http://repository.uinjambi.ac.id">repository.uinjambi.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>5</b>	<a href="http://library.moestopo.ac.id">library.moestopo.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>6</b>	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>7</b>	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>8</b>	<a href="http://journal.isi-padangpanjang.ac.id">journal.isi-padangpanjang.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>9</b>	<a href="http://repository.radenfatah.ac.id">repository.radenfatah.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %