

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Afrizal. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Depok: PT Rajagrafindo.
- Basrowi, Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta, h. 20.
- Fill, C. 2013. *Sixth Edition Marketing Communication Brands, Experience and Participant*. Pearson Education Limited, United Kingdom, h. 304.
- Gaffar, V. 2007. *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta, h. 72.
- Harper Boyd. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, h. 65.
- Herdiansyah, H. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Group*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, h. 31.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*. Jakarta: PT Indeks, h. 18.
- Kriyantono, R. 2007. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Predana Media Group. h. 98-99.
- Prastowo, A. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Sleman: Ar-Ruzz Media. h. 240-250.
- Ratih, H. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, h.126-130.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, h. 191.
- Warnandi, Triyono, A.2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, h. 34.

JURNAL

- Adhaghassani, FS. 2016. *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P Di Cherryka Bakery*. *Jurnal Pendidikan Tata Boga, Universitas Negeri Yogyakarta, Vol 5, No. 6, h. 2-4*.
- Hartono. 2015. *Strategi Kepuasan Pelanggan dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akutansi, Vol 36, h. 54*.

Mardalis, A. 2005. Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Vol. 9, No. 2. h. 111-119.

Megawati, L. 2016. Strategi Promosi Produk dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi Vol 13 No. 2*, h. 31.

SKRIPSI

Haryanto, D. 2018. Analisis Komunikasi Antarpribadi Barista dan Konsumen dalam Menciptakan Kepuasan. *Skripsi: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung*.

Ningrum, DS. 2019. Pemasaran *Online* Media Instagram, Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @gardenscrapframe Yogyakarta. *Universitas Mercu Buana, Yogyakarta*.

Noprisanti, AA. 2021. Strategi Komunikasi Pemasaran Mekar Mulya Pacifik dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di Kabupaten Bandung Barat. *Universitas Komputer Indonesia, Bandung*.

Saputra, M. 2021. Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Ampera Putra Tanjung Lima Kabupaten Tanah Datar. *Institut Agama Islam Negeri, Batusangkar*.

Susanti, S. 2018. Penerapan Strategi Promosi Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bengkulu dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah. *Institut Agama Islam Negeri, Bengkulu*.

Zein, R. 2020. Strategi Program Marketing Communication Martha Tilaar Spa dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Universitas Multimedia Nusantara, Banten*.

INTERNET

Mahmudan, A. 2022. Konsumsi Kopi di Indonesia. Tersedia di link [Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021? \(dataindonesia.id\)](https://dataindonesia.id). Diakses pada tanggal 5 Oktober 2022, pada pukul 20:00 WIB.

LAMPIRAN



LAMPIRAN I

SURAT TUGAS



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, 7896760 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunasa@un.ac.id

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 222/D/X/2022

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

Nama Dosen : **Swastingsih, S.E., M.Si.**

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

Nama Mahasiswa : Vanya Samira
Nomor Pokok : 193516516156
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- 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

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Vanya Samira

NPM : 193516516156

Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Judul Skripsi : Promosi Produk Kopi Kelapa Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Ratsa Kopi Depok)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Hendra Maujana Saragih, S.IP., M.Si

Pembimbing I/Penguji I : Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si

Pembimbing II/Penguji II : Swastiningsih, S.E., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 / Februari / 2023



[Handwritten signatures of the exam board members are visible on the right side of the form.]

LAMPIRAN III

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 Manda No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Home page : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunat49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193516516156
Nama : VANYA SAMIRA
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
11 October, 2022	pengajuan judul judul pertama : pola komunikasi antarpribadi barista dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada rata kopi depok tanggal : 27 september	Sudah Ditanggapi
11 October, 2022	bab 1 dan 2 latar belakang dan kerangka pemikiran tanggal : 6 oktober	Sudah Ditanggapi
12 October, 2022	bab 3 metodologi dan informan	Sudah Ditanggapi
13 October, 2022	selamat malam ibu berikut sudah saya tambahkan daftar pustakanya terima kasih ibu	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
---------	-------------------	--------

6 December, 2022	<p>perubahan judul dari "pola komunikasi antarpribadi barista dalam melakukan penjualan produk kopi kelapa untuk mempertahankan loyalitas pelanggan pada ratsa kopi depok"</p> <p>diubah menjadi "promosi produk kopi kelapa dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada ratsa kopi depok"</p> <p>mengubah bab 1 dan bab 2</p>	Sudah Ditanggapi
23 January, 2023	bimbingan bab iv	Sudah Ditanggapi
25 January, 2023	<p>bimbingan bab iv</p> <ul style="list-style-type: none"> - merapihkan penulisan - menambahkan dokumentasi 	Sudah Ditanggapi
26 January, 2023	<p>bimbingan bab iv</p> <ul style="list-style-type: none"> - menambahkan daftar isi 	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	bimbingan bab iv pembahasan	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	bimbingan bab iv dan bab iv	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	bimbingan bab v	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	bimbingan bab 4 dan 5	Sudah Ditanggapi



LAMPIRAN IV
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) 79737624, 7806700 Ext. 146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Jakarta, 16 Januari 2023

Nomor : 142/WD/I/2023
Lamp : -
Perihal : **Permohonan Penelitian dan Informasi Data**

Kepada Yth : Bapak Yuma Aldi Faizal
Supervisor Ratsa Kopi Depok
Jl. Mujair Raya No. 245, Depok Jaya , Kota Depok

Dengan Hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa berikut ini:

Nama : Vanya Samira
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516156
Semester : 7 (Tujuh) / Ganjil T.A 2022-2023
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi, Public Relations
Alamat Rumah : Jl.Dempo X No.284 Rt.009 Rw.010, Kel. Abadijaya,
Kec. Sukma Jaya, Depok
No. Telepon : 085861561131

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : "Promosi Produk Kopi Kepala Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelangga". Dengan Dosen pembimbing/penanggung jawab penelitian: Swastiningsih, SE., M.Si. Sehubungan dengan hal tersebut diatas, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

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

Hormat Kami,
Wakil Dekan

Dr. Bhakti Nur Avianto, S.IP., M.Si.

LAMPIRAN V

DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA

Judul: Promosi Produk Kopi Kelapa Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Ratsa Kopi Depok)

Pertanyaan Key Informan: Yuma Aldi Faizal (SPV dan *Head Bar* Ratsa Kopi)

1. Marketing mix 7p

1.1 Produk

- 1) Apa saja produk yang dijual di Ratsa kopi?
- 2) Bagaimana kualitas produk yang Ratsa Kopi jual?
- 3) Produk apa saja yang menjadi best seller dari Ratsa Kopi?
- 4) Kenapa produk Kopi Kelapa menjadi salah satu produk unggulan di Ratsa Kopi? Apa keunggulannya?
- 5) Bagaimana daya tahan dari produk Kopi kelapa?

1.2 Price

- 1) Bagaimana cara anda menentukan harga dari produk Kopi Kelapa dan beberapa menu lainnya?
- 2) Bagaimana menarik pelanggan dengan ketentuan harga yang ditetapkan?
- 3) Metode apa saja yang digunakan Ratsa Kopi untuk melakukan pembayaran?

1.3 Promotion

- 1) Apa saja bentuk promosi penjualan yang dilakuakn Ratsa Kopi untuk mempromosikan produk kopi kelapanya?
- 2) Mengapa memilih bentuk promosi tersebut? Dan apakah efektif dengan promosi tersebut untuk mempertahankan loyalitas pelanggan?
- 3) Media apa aja yang digunakan dalam promosi penjualan?
- 4) Berapa kali dalam sebulan Ratsa Kopi memlakukan kegiatan promosi terutama bagi produk kopi kelapanya?

1.4 Place

- 1) Pada lingkungan dari Ratsa Kopi siapa target segementasinya? Apakah ada segmentasi khusus?
- 2) Dengan lokasi yang kurang strategis ini bagaimana cara barista Ratsa Kopi menarik pelanggan?

1.5 Participant

- 1) Apakah Ratsa Kopi melakukan kerjasama dengan pihak luar seperti media atau kedai kopi lainnya?
- 2) Bagaimana bentuk kerjasamanya? Dan apa keuntungan dari melakukan kerjasama tersebut?
- 3) Event apa saja yang pernah Ratsa Kopi buat atau ikuti untuk mempromosikan produk-produknya terutama produk kopi kelapa?
- 4) Dengan event tersebut apakah dapat menarik pelanggan baru ataupun mempertahankan pelanggan lama?

1.6 Proses

- 1) Bagaimana proses pembuatan produk kopi kelapa? Butuh waktu berapa lama untuk membuat kopi kelapa?
- 2) Bagaimana menanggapi jika ada pelanggan yang mengajukan complain tentang pesanan mereka?

1.7 Physical evidence

- 1) Mengapa Ratsa Kopi memilih tata letak seperti open bar?
- 2) Apakah efektif dengan open bar dan melakukan interkasi dengan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan?

Pertanyaan Informan 1: Ilyasa Pyke (Pelanggan Ratsa Kopi)

1. Loyalitas Pelanggan

- 1) Dari mana anda mengetahui Ratsa Kopi?
- 2) Sejak kapan anda menjadi pelanggan Ratsa Kopi?
- 3) Seberapa sering anda datang ke Ratsa kopi?
- 4) Kapan biasanya anda datang ke Ratsa Kopi?
- 5) Apakah anda memiliki hubungan pribadi dengan barista Ratsa Kopi?
- 6) Bagaimana pelayanan yang diberikan barista Ratsa Kopi?
- 7) Apakah anda menyukai produk kopi kelapa Ratsa Kopi? Jika iya, mengapa?
- 8) Darimana anda mengetahui promo-promo yang ditawarkan oleh Ratsa Kopi?
- 9) Menurut anda apakah penting Ratsa Kopi melakukan kegiatan promosi?

- 10) Bagaimana pendapat anda tentang salah satu produk Ratsa Kopi yaitu kopi kelapa?
- 11) Seberapa sering anda melakukan pembelian produk kopi kelapa?
- 12) Dimana lagi anda bisa mendapatkan rasa kopi seperti kopi kelapa?
- 13) Kenapa anda tetap memilih beli produk kopi kelapa daripada di tempat lain?
- 14) Jika ada tempat kopi yang murah, apakah anda tetap membeli produk kopi kelapa dari Ratsa Kopi?
- 15) Apakah anda akan merekomendasikan kopi kelapa dari Ratsa Kopi kepada orang lain?
- 16) Apakah anda diberikan komplimenter dari barista Ratsa Kopi jika ada complain mengenai produk yang ada di Ratsa Kopi?
- 17) Apakah anda pernah merasa keberatan dengan harga dari kopi kelapa? jika iya, apakah anda akan menyampaikannya kepada barista Ratsa Kopi?
- 18) Dengan tata letak Ratsa Kopi, apakah anda merasa nyaman? Kenapa?
- 19) Apakah sebelum mengenal Ratsa Kopi dan produk unggulannya kopi kelapa, anda memiliki tempat kopi yang juga kesukaan anda? Jika iya, kenapa anda memilih Ratsa Kopi sekarang?
- 20) Saran apa yang anda berikan untuk Ratsa Kopi untuk kedepannya?

Pertanyaan Informan 2: Rizfinia Destriana (Pelanggan Ratsa Kopi)

1. Loyalitas Pelanggan

- 1) Dari mana anda mengetahui Ratsa Kopi?

- 2) Sejak kapan anda menjadi pelanggan Ratsa Kopi?
- 3) Seberapa sering anda datang ke Ratsa kopi? Kapan biasanya anda datang ke Ratsa Kopi?
- 4) Berapa jarak dari rumah anda ke Ratsa Kopi? apakah dari jarak tersebut anda tetap memilih Ratsa Kopi dibanding tempat lain? jika iya, mengapa?
- 5) Darimana anda biasanya mengetahui promosi yang diberikan oleh Ratsa Kopi?
- 6) Apakah dari promosi-promosi yang disebar tersebut anda mengetahui produk kopi kelapa?
- 7) Kapan biasanya anda mengetahui atau melihat promosi dari Ratsa Kopi?
- 8) Menurut anda, seperti apa rasa dari kopi kelapa?
- 9) Sejak kapan anda mengenal produk kopi kelapa?
- 10) Bagaimana penyajian produk kopi kelapa di Ratsa Kopi oleh para baristanya?
- 11) Dengan harga yang ditentukan untuk produk kopi kelapa, apakah anda tetap akan membeli produk kopi kelapa dibandingkan kopi lainnya?
- 12) Apakah anda merasa puas dengan pelayanan di Ratsa Kopi?
- 13) Jika salah satu teman anda bertanya tentang Ratsa Kopi dan produknya kopi kelapa, apakah anda akan memberikan *review* yang baik?
- 14) Apakah anda pernah mengikuti event yang dilaksanakan oleh Ratsa Kopi?
- 15) Bagaimana cara anda merekomendasikan produk kopi kelapa milik Ratsa Kopi kepada orang lain?

- 16) Menurut anda, bagaimana cara barista Ratsa Kopi untuk tetap mempertahankan pelanggannya?
- 17) Siapa saja yang akan berpotensi untuk menjadi pelanggan yang loyal dari Ratsa Kopi?
- 18) Jika anda mengalami pengalaman yang buruk di Ratsa Kopi, salah satunya seperti barista salah memberikan pesanan kepada anda, apakah anda akan mengungkapkannya dan akan tetap kembali ke Ratsa Kopi? jika iya, mengapa?
- 19) Apakah anda memiliki hubungan personal dengan barista Ratsa Kopi?
- 20) Saran apa yang bisa anda berikan kepada Ratsa Kopi?



LAMPIRAN VI

TRANSKIP WAWANCARA

1. Key Informan

Narasumber : Yuma Aldi Faizal

Jabatan : Supervisor dan Head Bar Ratsa Kopi

Hari/Tanggal : 17 Januari 2023

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Hallo ka, kenalin aku vanya aku mahasiswi dari Universitas Nasional sekarang aku lagi penelitian yang judul nya “Promosi Produk Kopi Kelapa Dalam Mempertahankan loyalitas Pelanggan Pada Ratsa Kopi Depok” nah data yang aku minta yang aku wawancarai kakak itu cuman untuk kepentingan penelitian aja, gimana ka boleh gak?	Halo Vanya, kenalin juga gue Yuma gua salah satu crew Ratsa Kopi juga dan jabatan gua disini adalah sebagai Supervisor dan head barista di Ratsa Kopi ini, boleh banget kalo lu mau wawancara Ratsa Kopi disini, boleh boleh silahkan mau wawancara apa
2.	Oke kita langsung aja ya masuk ke pertanyaannya. Nah aku mau tanya nih apa aja produk yang dijual di Ratsa Kopi ini?	Produk Ratsa Kopi sendiri kita punya beberapa kategori si vanya, nah untuk kategori pertama ada coffee, coffee tu eee paling utama di Ratsa Kopi, nah di kategori coffee ini kita punya beberapa signature juga dari mulai ratsa kelapa

		<p>tentunya, ratsa mama, ratsa aren gitu, nah untuk kategori produk selanjutnya kita ada <i>non-coffee</i>, kita <i>non-coffee</i> juga ada <i>signature</i> nya ada matcha, chocolate gitu, trus untuk kategori <i>non-coffee</i> sendiri kita ada pembagiannya lagi nih, ada <i>mocktail</i>, trus ada menu teh juga, banyak sih variannya untuk menu <i>non-coffee</i> juga, terus untuk kategori ketiga itu ada kategori makanan, nah makanan sendiri kita bagi dua ada <i>finger bites</i> ada <i>main course</i>, <i>finger bites</i> sendiri tuh ada <i>french fries</i>, nachos, singkong, cireng gitu untuk main course sendiri kita punya yang namanya kornet, nasi kornet gitu, ada menu indomie juga ,mie nya ada mie goreng, mie rebus gitu, itu sih untuk produk yang kita jual.</p>
3.	<p>Oke nah, dari produk-produk itu bagaimana sih kualitas produk yang Ratsa Kopi jual ini?</p>	<p>Nah untuk kualitas produk sendiri kita sih sangat memperhatikan sekali yah untuk kualitas produknya sendiri, itu dari mulai konsistensi rasa trus dari mulai kebersihan juga produknya kaya gimana terus servingnya juga kaya gimana kita sangat memperhatikan itu untuk kepentingan kualitas kita sendiri gitu.</p>
4.	<p>Oke nah, dari produk-produk yang kaka sebutin, produk apa saja nih yang mejadi <i>best seller</i> dari Ratsa Kopi?</p>	<p>Produk <i>best seller</i> kita itu tentunya karna nama kita Ratsa Kopi yah jadi produk yang best seller itu terntunya ada di kopi nya, terutama ada yang namanya kopi kelapa tuh ka, nah kopi</p>

		kelapa itu termasuk produk <i>best seller</i> kita di Ratsa Kopi sendiri
5.	Kenapa produk kopi kelapa menjadi salah satu produk unggulan di Ratsa Kopi? apasih keunggulannya?	Nah dari produk ratsa kelapa kenapa menjadi keunggulan disini, terutama sih eee banyak eee anak-anak muda atau ibu-ibu yang gasuka sama kopi strong nah kita menghadirkan ratsa kelapa sendiri untuk memenuhi kebutuhan tersebut gitu dengan kopi nya yang gak terlalu <i>strong</i> , dan rasanya yang masih bisad iterima oleh mulut intinya gak bikin para peminat atau peminum itu susah tidur gitu kan banya statemen yang bikin susah tidur kebanyakan kopi gitu keunggulan kopi kelapa sendiri
6.	Kalo beans yang digunain Ratsa Kopi itu yang kopi kelapa nya itu beans nya kaya apa?	Oiya, nah ini jg salah satu keunggulan ratsa kelapa sih kita pake beans single origin Arabica, full arabica 100% Arabica dari jawa barat gitu sih namanya gunu argopuro nah itu juga yang menjadi unggulan dari kopi kelapa kita yang buat kopi kelapa ga strong jadi masih bisa diterima disemua kalangan sihh gitu
7.	Oke, bagaimana daya tahan dari produk kopi kelapa itu sendiri?	Nah untuk daya tahan kopi kelapa sendiri kan kita punya dua varian ya ada varian cup dan ada varian botolan, untuk varian cup nya sendiri kita saraninnya 24 jam aja sih gitu untuk sushu ruangan untuksuhu freezer atau sushu dignin itu bisa berthaan 2 hari gitu sih nah untuk produk kopi botolan nya snendiri eee untuk suhu ruangan sama 24 jam tapi untuk

		freezer atau suhu dingin itu bisa bertahan sampe 3 sampe 4 hari gitu sih
8.	Okee, nah kita masuk ke harga nih ya ka, bagaimana carakaka nentuin harga dari kopi kelapa dan beberapa menu lainnya?	Nah untuk penentuan harga yah dari produk kopi kelapa apalagi kita menentukannya dari beberapa bahan baku yang kita pake trus dari eeee apa yaa dari segmentasi pasar juga kita menentukan harganya gimana caranya eee kopi yang kita sajiin ini bisa masuk di kantong di beberapa banyak kelangan gitu sih ka.
9.	Boleh disebutin gak kak harga produk kopi kelapanya dan range harga menu lainnya?	Oke utnuk kopi kelapa sendiri kita punya harga di Rp. 25.000 di satu cup nya gitu dan untuk produknya kita sneidir itu untuk keseluruhan itu range harga kita itu Rp. 25.000 sampai Rp. 35.000 itu tergantung kategori produknya sendiri kak gitu.
10.	Oke nah, bagaimana menarik pelanggan dengan ketentuan harga yang ditetapkan nih kam?	Eeee menarik penarik pelanggan dengan ketentuan harga yang udah ditetapkan hmmm dari kita mulai menentukan harga sih kita udah eee berbicara segmen yah kita udah berbicara segmen gimana menarik pelanggan juga dengan harga yang kita tetapkan dari mulai eeee kita bisa kasih rasa yang enak, kualitas yang baik, pelayanan juga maksimal, kadi kita ngasih harga ada yang mereka dapetin juga selain produk dan membiasakan promosi trus eeee mengenalkan produknya lagi lebih dalam dengan customer gitu intinya kita interaksi sih soal produk itu ke customer gitu

11.	<p>Okee nah untuk metode pembayaran tuh metode apa aja sih yang digunakan Ratsa Kopi untuk melakukan pembayaran?</p>	<p>Nah untuk metode pembayarannya sendiri kita sangat memudahkan para customer sih buat pembayaran sendiri gitu dari kita mulai menerima pembayarn cash trus kita juga menerima pembayaran kartu debit, nah kartu debit itu bisa apa aja, trus kita juga menrima pembayarn kartu kredit trus kita juga menerima pembayrana kartu QR eh pembayarana QR gitu kita sangat memudahkan sekali buta cust untuk melakukan pembayaran sendiri gitu.</p>
12.	<p>Untuk promosi nih kak apa saja nih bentuk promosi penjualana yang dilakukan Ratsa Kopi untuk mempromosukan produk kopi kelapanya?</p>	<p>Nah untuk media promosi nih, media promosi saendiri kita pake beberapa media sih, yang pertama media cetak nah media cetak tuh kaya pamflet. pamflet yang kita cetak dan kita taro didepan kasir itu utnutk memperkenalkan atau mengkomunikasikannya dengan customer trus ada media cetak selanjtunya itu media banner, banner tuh biasanya kita taro didepan di iket didepan gitu atau kita gantung didepan gtiu. Trus ada media sosial nah media sosial sendiri kita pake Instagram tentunya lewat fitur snapgram, post, reels gitu segala macem tentunya ada media personal, ada media personal dari barista sendiri karna eeee barista akan sebisa mungkin mengkomunikasikan produknya itu, gitu ka</p>

13.	Okeee, nah itu kan bentuk media yak ka, nah kalobentuk promosinya kaya apa sih? Apa ada diskon, atau ada voucher?	Eeee yah untuk memilih bentuk promosi nya tersebut kita pake discount tuh ya diskon eee untuk diskon bundling, bundling misalkan kopi kelapa dengsn makanannya French fries gitu kita biasanya gunain diskon dan bundling trus ada voucher juga sih untuk pelajar gitu.
14.	Nah kenapa sih ka memilih bentuk promosi tersebut?	Tentunya untuk menarik minat pelanggan ya, untuk bundling kita biasanya mau ningkatin volume penjualan pada saat-saat tertentu terus juga bisa ngedorong pelanggan buat beli lebih banyak produk, terus juga kalau <i>discount</i> gitu biasanya buat ngenalin produk baru juga, dan juga bisa buat pelanggan loyal karena biasanya bagi pelanggan bentuk promosi juga dirasa menguntungkan.
15.	Oke nah dari itu apakah efektif dengan promosi tsb untuk mempertahankan loyalitas pelanggan sendiri ka?	Tentunya sangat efektif sih ka eee dengan media promosi yang menggampangkan memudahkan customer untuk melihatnya tentunya sangat menguntungkan sehingga efektif untuk mempertahankan loyalitas pelanggan gitu.
16.	Jadi eee pelanggan ni dirasa eee merasakan keuntungan yang didapat jadi dia eee akan balik lagi gtiui ya ka	Iya betul sekali jadinya pelanggan tuh apaya karna dia merasa dimudahkan segala macem nah jadinya mereka bakalan balik lag sih gitu
17.	Nah berapa kali dalam sebulan rasta kopi	Nah untuk eee promosi nya itu sebenrnya kita gak eee gak mengharuskan untuk promosi

	<p>melakukan kegiatan promosi terutama bagi produk kopi kelapanya?</p>	<p>dalam satu bulan gitu tapi untuk beberapa kali ini kita menggunakan promosi menggunakan promosi jangka panjang sih kak dalam sebulan biasanya promosi jangka panjang jadi misalkan bundling antara ratsa kelapa atau kopi kelapa itu dengan nachos kita bundling dari tanggal 1 sampe tanggal 20 gitu jadi kita gunainnya promosi jangka panjang sih kak gitu.</p>
18.	<p>Nah kenapa sih kak pake promosi jangka panjang kayak gitu ?</p>	<p>Karena dengan promosi jangka panjang itu gini eee customer tuh gak ada yang langsung liat kalo promosinya itu cuman 2 hari jadi customer belum sempet liat promo itu tapi promo itu udah ilang nah makanya kenapa kita buat promosi jangka panjang jadi tujuannya untuk itu sih ka untuk eee orang-orang baru nih, customer baru yang belum tau ratsa jadi dia liat promonya dulu gitu makanya eee apa dia mau datang ke Ratsa Kopi hari minggu weekend segala macam jadi kan masih ada promonya gitu sih ka</p>
19.	<p>Nah kalo di hari-hari spesial gitu biasanya di adain jg gak si promo-promo?</p>	<p>Di hari special tentunya ada sih kayak eee kita ngadain promosi di hari kemerdekaan trus hari idul fitri kita pastinya juga ngadain promosi sih di hari spesial gitu.</p>
20.	<p>Oke untuk lingkungan sendiri nih pada lingkungan Ratsa Kopi</p>	<p>Nah kalo berbicara target segmen nya itu kita target segmen nya itu menengah keatas, nah untuk segmentasi khususnya itu emmm Ratsa</p>

	<p>siapa sih target segmentasinya, nah apakah ada segmentasi khusus?</p>	<p>Kopi sendiri menargetkan segmen nya itu kepada eee beberapa pekerja terutama, beberapa pekerja yang bekerja dari rumah atau beberapa kalangan dari orang-orang tua yang ingin datang ke Ratsa Kopi gitu sih untuk segmen nya sendiri</p>
<p>21.</p>	<p>Dengan lokasi yang kurang strategis nih gimana cara barista Ratsa Kopi buat menarik pelanggannya?</p>	<p>Nah dari berbicara soal lokasi yang kurang strategis ya kak eee emang Ratsa Kopi ada di keliatannya ada di lokasi yang kurang strategis padahal tuh Ratsa terletak di antarasekolah di daerah Depok 1 jadi banyak anak sekolah yang pulang sekolah ngerjain tugas di Ratsa atau nongkrong sama temen-temennya trus terleak di dalam perumahan yang dimana biasanya didalam perumahan tuh biasanya banyak orang-orang pekerja kantoran yang kerja dari rumah gitu, ada masyarakat daerah Ratsa yang kerjanya <i>freelance</i> lalu juga ada yang magang jadi bisa ngerjain tugas-tugas di Ratsa, biasanya juga nah untuk eee barista menarik pelanggan tuh yaaa terutama itu membuat ambience atau suasana di Rasta Kopi menjadi lebih nyaman dengan playlist yang enak didengar buat para pekerja dan eee tentunya eee ratasa kopi menyediakan tempat yang suasanya bisa dipakai beberapa kalangan apalagi untuk anak-anak juga bisa untuk ibu-ibu bisa untuk bapak-bapak bisa nah ya itu di</p>

		acara barista Ratsa Kopi buat menarik pelanggan kita gitu. Kita juga slalu kasih <i>first impression</i> yang baik, selalu komunikatif, pelayanan maksimal, jadi pelanggan kita punya <i>first impression</i> yang baik yang bisa aja dia ngajak temennya lagi.
22.	Okee, lanjut ya ka apakah Ratsa Kopi melakukan kerja sama dengan pihak luar seperti media atau kedai kopi lainnya?	Eee tentunya kita melakukan kerja sama ya ka seperti media atau kedai kopi lainnya, nah kalo untuk media sendiri itu kita kerja sama nya eee KAUP, media KAUP kita kerja sama sih dengan media KAUP dan untuk kedai kopi lainnya itu kita berbicara eee kerjasamanya tuh dalam hal bahan baku sih ka gitu
24.	Event apa aja sih yang pernah Ratsa Kopi buat atau Ratsa Kopi ikuti untuk mempromosikan produk-produk nya terutama produk kopi kelapanya?	Eee event Ratsa Kopi nyang pernah kita buat atau ikuti itu terutama event bazar ya kak, nah event bazar itu kita pernah ikut atau hadir di bazar Universitas Pancasila dan yang kedua itu ada event UMKM yang ada di depok salah satu sekolah Depok SMK Almuhajirin, dengan mengikuti bazar tersebut kita memperkenalkan produk Ratsa Kopi salah satunya kopi kelapa dan disitu juga kita pasti ngasih experience atau pengenalan produk kepada pelanggan serta pastinya ada diskon dong gitu
25.	Dengan event tersebut apakah dapat menarik pelanggan baru ataupun	Tentunya dari event tersebut sangat menarik pelanggan baru sih ka, jadi kaya ada orang dateng untuk beli kopi botolan kita nah eee tersebut jadi penasaran nih dimana sih offline

	mempertahankan pelanggan lama?	kita atau coffee shop offline kita lokasinya itu yang pertama untuk menarik pelanggan baru, nah dengan mempertahankan pelanggan lama itu eee tentunya mempertahankan pelanggan lama karna semakin Ratsa Kopi dikenal diluar gitu ya jadi semakin banyak kepercayaan kepada produk kita jadi itu sih yang ngebuat pelanggan lama tapi ada di Ratsa Kopi gitu si.
26.	Untuk proses pembuatan kopi kelapa tuh kayak gimana sih, terus butuh waktu berapa lama untuk membuat kopi kelapa?	Buat waktu, kopi kelapa tuh butuh waktu sekitra 5 menit aja sih ka sebenarnya, dan proses pembuatannya itu produk kopi kelapa yanh pertama yaaa pembuatan espresso nya sendiri, pembuatan espresso sendiri trus ada powder-powder untuk membuat ratsa kelapa semakin menonjol dan kita punya eee kita punya ada kandungan sugar nya juga di ratsa kelapa dan ada kandungan susunya jg gitu
27.	Gimana menanggapi jika pelanggan yang mengajukan tentang complain atau tentang pesanan mereka	Untuk complain sendiri kita menanggapi nya sangat baik sih ka gitu, terutama untuk orang-orang yang baru kenal Ratsa Kopi gitu kita menanggapi complainnya sangat baik dari mulai kita ajak interaksi gimana sih apa yang ngebuat pelanggan gasuka sama kopi kelapa, apa yang ngebuat pelanggan kurang suka dengan kopi kelapa, itu biasanya kita ajak interaksi dulu kita jelasin produk kita segala macem kalo emang produk kita dirasa gak cocok sama pelanggan kita pasti bakal

		nyaranin untuk produk lain, kita cari bareng-bareng produk apa sih yang cocok buat kakaknya gitu. Nah kalau emang kesalahan ada dari kita, kita minta maaf dulu pastinya dan dicoba diperbaiki.
28.	Okee, kan kalo diliat nih ya Ratsa Kopi nih punya konsep yang open bar gtiu, kenapa Ratsa Kopi memilih tata letak seperti open bar?	Nah untuk tata letak open bar sendiri, kenapa kita pilih konsep open bar seperti ini yang pertama adalah <i>coffee shop</i> kita adalah <i>coffee shop</i> start up ya kak, nah dengan keadaan <i>coffee shop</i> start up itu eee tata letak open bar itu bisa banget menarik pelangga gtiu yang terutama itu ya menarik pelanggan, kenapa karna dengan tata letak open bar kita bisa bangun interaksi antara si barista sendiri dengan si customer sendiri itu gitu.
29.	Yang terakhir nih, apakah dengan open bar itu dan melakukan interaksi dengan pelanggan dapat dirasa mempertahankan loyalitas pelanggan?	Tentunya iya banget dong dengan open bar kaya gini jadi kita lebih banyak tau lagi customer tuh maunya apa, terus sukanya apa segala mcaem jadi kita lebih ke arah <i>open sharing</i> aja sih dengan customer gitu, interaksinya lebih dapet segala macem terus lebih tau lagi customer tuh sukanya kaya gimana gtiu intinya adalah dengan adanya interaksi kita jadi bisa lebih deket sm customer dalam hal memperkenalkan produk kita karena <i>coffee shop</i> kita adalah <i>coffee shop</i> start up
30.	Berarti dengan interaksi itu juga bisa ngenalin	Iya betul begitu, jadi dengan banyaknya interaksi kita sama customer kita juga jadi

	promosi-promosi yang ada juga gitu ya kak?	lebih santai buat sampein promosinya lebih santai juga ambience nya segala macem
31.	Ok gitu aja sih ka terima kasih banyak ya ka sekali lagi buat waktu nya nih	Iya vanya makasih juga udah mau Tanya-tanya tentan Ratsa Kopi nih gtiu, jadi Ratsa Kopi kayanya bakal lebih dikenal nih
32	Okeee nanti aku rekomen ke yang lain	Oke deh vanya <i>thank you</i> ya
33.	Makasih juga ya ka	Iya <i>thank you thank you</i>

17 Januari 2023

Yuma Aldi Faizal



2. Informan

Narasumber 1 : Ilyasa Pyke

Jabatan : Pelanggan Ratsa Kopi Depok

Hari/Tanggal : 17 Januari 2023

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Halo Kak, perkenalkan nama aku Vanya aku dari Universitas Nasional sekarang lagi mau penelitian dengan judul “Promosi Produk Kopi Kelapa dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada Ratsa Kopi Depok” aku mau wawancara in kaka sebagai salah satu pelanggan yang sering kesini nih kak, untuk data atau informasi yang akan aku tanya itu hanya dipakai buat penelitian ini aja gimana nih kak?	boleh kok boleh kenalin juga nama gua Ilyasa salah satu customer yang sering ke Ratsa juga
2.	Oke kita mulai aja ya kak.	Oke
3.	Dari mana sih kakak tahu Ratsa Kopi?	Gua tau Ratsa Kopi tuh awalnya dari temen gua jadi dia duluan yang sebenarnya tahu terus dia ngasih tahu ke gua kata dekat rumah gua dan katanya kopi sama tempatnya tuh enak

		jadi gua nyoba deh datang kesana dan akhirnya gua tahu apa itu Ratsa Kopi.
4.	Oke nah sejak kapan kak Ilyas menjadi pelanggan Ratsa Kopi?	Dari awal gua main ke sana itu kira-kira tahun yang lalu deh 2021 gitu nah semenjak itu udah mulai sering bolak-balik ke Ratsa.
5.	Oke seberapa sering sih kak Ilyasa datang ke Ratsa Kopi?	Buat seberapa sering sih karena dekat rumah dan banyak apa namanya faktor lain Jadi gue seminggu tuh bisa kayak empat sampe lima kali datang ke sana.
6	Oh gitu kapan biasanya kakak datang ke Ratsa Kopi?	Kalau buat kapan sih, biasanya gua hari-hari kuliah juga sering kerjain di sana kan masih ada yang kuliah online juga akan dan kadang kalau lagi <i>weekend</i> gue juga sering kesana sih bareng temen gua.
7.	oke. Nah, Apakah kakak memiliki hubungan pribadi dengan barista dari Ratsa Kopi?	Kebetulan salah satu barista di Ratsa itu temen gue sendiri jadi dia temen SMA gua yang kerja di sana.
8.	Oke jadi ada ya kak hubungan pribadinya	Ada ada
9.	Nah, bagaimana pelayanan yang diberikan barista Ratsa Kopi?	Buat pelayanannya sih menurut gua lumayan profesional ya dan juga di Ratsa tuh baristanya tuh lumayan interaktif gitu dia sering ngajak ngobrol selain dari temen gue ini barista-barista yang lain juga lumayan

		gampang akrab begitu ke customer ya menurut gua oke banget sih pelayanannya.
10.	Produk apa aja yang kaka tau di Ratsa Kopi?	Eee ada kopi aren, kopi kelapa gitu, kopi <i>strong</i> adaAmericano, latte juga, coklat juga ada coklat cheese gitu, buat makanan ada kentang gitu sih, pasta juga ada.
11.	Apakah kakak menyukai produk kopi kelapa dari Ratsa Kopi?	Banget sih kalau gua bisa bilang kopi kelapa soalnya salah satu menu yang sering gue pesen disitu.
12.	Kenapa sih bisa suka dari sama produk kopi kelapa?	kalau dibilang kenapa bisa suka karna rasanya tuh nggak ini nggak nggak bikin nggak bikin enak rasanya pas kopinya ada rasa kelapa yang juga lumayan nendang perfect lah dalam satu cangkir itu. Kualitas produk di Ratsa juga oke sih barista nya mikirin detail-detailnya, biar produknya terjaga kebersihannya, rasanya ga berubah.
13.	Nah dari mana kakak tahu promo-promo yang ditawarkan dari Ratsa Kopi?	Biasanya sih kalau buat promo ya gue tahu kalau gue mau mesen di kasir itu biasanya kasir itu ngasih info ke gua kalau lagi ada promo apa di hari ini sampai kapan atau biasanya ada pamflet di depan kasir gitu jadi gua tahu nih lagi ada promo ini atau

		<p>kadang-kadang temen gue yang juga barista juga kayak infoin ke gua gitu kalau lagi ada promo kayak gitu, yang gue liat sih Ratsa sering bikin promo bundling minuman sama makanan sih, tapi gak jarang juga ada di <i>discount</i> per produknya.</p>
14.	<p>oke nah menurut kakak nih. Apakah penting Ratsa Kopi melakukan kegiatan promosi?</p>	<p>Lumayan penting sih apalagikan di dunia bisnis kayak gini promo semua bisnis tuh pasti memakai promo-promo gitu kan dan dari segi pandangan customer kayak gua promo tuh penting banget karena gue bisa dapat produk dengan harga murah atau bahkan dapat bundling segala macem itu menurut gua worth it.</p>
15.	<p>jadi kakak merasa diuntungkan dari kegiatan promosi promosi tersebut?</p>	<p>banget lumayan sangat menguntungkan</p>
16.	<p>Bagaimana pendapat Kakak tentang salah satu produk unggulan dari Ratsa Kopi yaitu kopi kelapa?</p>	<p>Balik lagi yang kayak yang tadi ya salah satu menu andalan gua kalau setiap gua ke sana apa lagi karena kan gue sering kesana buat nugas buat kuliah online itu menurut gua ditemani pakai ratsa kelapa itu menurut gua oke banget enak banget kayak gitu.</p>

17.	nah seberapa sering Kakak melakukan pembelian produk kopi kelapa?	Kalau seberapa sering mungkin dalam seminggu kayak bisa tiga kali atau mungkin kaya dalam satu hari gua beli dua produk itu salah satunya pasti ratsa kelapa sisanya kadang gua mikir aja cari-cari menu baru.
18.	Oke jadi cukup sering ya ka, kakak melakukan pembelian dari produk kopi kelapa ini.	Iya lumayan banget, lumayan sering
19.	Nah di mana lagi sih kakak bisa mendapatkan rasa kopi seperti kopi kelapa?	buat saat ini sih tempat yang gua tahu belum ada sih yang punya menu kaya ratsa kelapa ini buat di Depok ya kayaknya belum belum ada deh.
20.	Oke kenapa kakak tetap memilih produk kopi kelapa daripada di tempat lain?	Mungkin karena gue udah sering ke ratsanya gua udah tahu baristanya kopinya gimana terus tempatnya oke suasananya nyaman, baristanya ngajak ngobrol, <i>positive vibes</i> juga jadinya, jadi kalau buat nyoba hal-hal yang belum pasti kayaknya belum dalam waktu dekat ini kayaknya udah soalnya udah nyaman sama ratsa juga.
21.	Nah kalau nih jika ada tempat kopi yang murah apakah kakak tetap membeli produk kopi kelapa dari Ratsa Kopi?	Sejujurnya gua anaknya sering banget ngopi ya jadi gua agak takut juga karena menurut gua harga murah belum tentu dapat kopi yang enak gitu sedangkan menurut gua di Ratsa pun nggak kemahalan dia menurut gua

		standar lah harga segitu jadi gue lebih prefer cari aman lah kayaknya tetap kopi kelapa di Ratsa Kopi sih menurut gua.
22.	berarti Kakak nggak merasa ada gangguan lah ya dengan harga Rp25.000 dari kopi kelapa tersebut?	Enggak sih itu menurut gua udah cukup murah menurut gua apalagi dengan tempat yang se-nyaman itu seluas itu ber ac dan barista interaktif layanan oke menurut gua worth it sih harga segitu.
23.	Apakah Kakak akan merekomendasikan kopi kelapa dari Ratsa Kopi kepada orang lain?	Banget karena gue sendiri udah nyobain jadi gue pengen temen-temen gue nyobain juga dan di circle gue sendiri banyak juga kok temen-temen gue yang enggak suka kopi yang strong Jadi biasanya gua rekomendasiin ke kopi kelapa ini karena dia kopinya lite dan rasanya juga lumayan nendang rasa kelapanya dan pasti bakal gua rekomendasin sih ke temen-temen gua
24.	Apakah kakak diberikan <i>complimentary</i> dari barista Ratsa Kopi jika ada komplain mengenai produk yang ada di Ratsa Kopi?	Waktu itu sempet ya waktu itu masih tahun 2021 kalau nggak salah awal-awal gue sempet dapat minuman yang salah kayaknya salah meja gitu dan kebetulan udah gua minum gitu tapi pas gua aduin bukan aduin sih kaya minta <i>refund</i> atau minta ganti sama

		baristanya langsung diganti gitu sama minuman baru menurut gua itu salah satu pelayanan oke sih yang menurut gua profesional.
25.	Oke, nah apakah kakak pernah merasa keberatan dengan harga dari kopi kelapa yang harganya kita tahu Rp25.000 Nah kalau misalkan Kakak keberatan Apakah kakak akan menyampaikannya kepada barista Ratsa Kopi?	buat harga menurut gue balik lagi yang ke tadi ya itu standar banget di daerah sini di Depok ini dengan tempat yang senyaman itu dengan barista yang seinteraktif itu sehangat itu menurut gue terlalu murah malah.
26.	Tapi kalau misalkan ada misalkan Ratsa ngeluarin menu baru dan itu mungkin harganya agak mahal. Apakah kakak bakal nyampein hal tersebut atau enggak?	Kayaknya sih bakal sih karena gue udah sering ke sana dan lumayan deket juga sama baristanya kaya menurut gua nggak terlalu banyak gap gitu kalau gua mau ngungkapin apa yang gua rasain itu ke baristanya Jadi menurut gua fine-fine aja buat nanya kok bisa mahal sih? kenapa, kenapa mahal bisa lebih murah ga? gitu gua karena barisannya interaktif jadi gue berani aja bertanya kayak gitu.
27.	oke nah dengan tata letak Ratsa Kopi ini apakah kakak merasa nyaman?	buat tata letak sih, oke banget Apalagi ditambah ada area open bar itu ya jadi gue sambil ngopi tuh sekalian bisa ngobrol, interaksi langsung sama

		baristanya. Jadi itu kayaknya tempat salah satu tempat favorit gue karena gue bisa langsung ngobrol bisa langsung tanya-tanya kayak gitu sih.
28.	Nah Apakah sebelum mengenal Ratsa Kopi dan produk unggulannya yaitu kopi kelapa kakak memiliki tempat kopi yang juga kesukaan Kakak, kalau misalkan iya Kenapa Kakak sekarang memilih Ratsa Kopi?	dulu sih ada ya sekarang gue lumayan lama apa suka kopi gitu dan ini kan ratsa ini notabennya baru pas gue lagi mau nyoba yang waktu itu temen gua kasih tahu gua kecantolannya sama si ratsa ini tiba-tiba mungkin dari dari faktor-faktor yang lain faktor-faktor pendukung itu akhirnya gue jadi ngestay terus nih disatu tempat jadi salah satu tempat kopi andalan gua.
29.	Oke berarti alasannya karena kenyamanan kenyamanan yang tadi disebutin kakak itu ya?	Iya bener banget.
30.	Yang terakhir nih kak saran apa yang kakak bisa berikan untuk Ratsa Kopi untuk kedepannya?	buat sarannya sih mungkin karena menurut menurut di mata gue ya Ratsa seperfect itu buat gue pribadi mungkin kayak menjaga tetap menjaga rasa tetap menjaga performa baristanya terus di interaksi baristanya tetap di perlebar atau di terus baristanya itu tetap hangat gitu sama customer-customernya terus makin banyak promo karena buat gue sendiri promo

		itu lumayan menguntungkan buat customer yang sering gitukan ya mungkin gitu aja sih.
31.	Oke gitu aja sih kak pertanyaan dari aku terima kasih ya kak sekali lagi buat waktunya mau narasumber aku.	Makasih sama-sama juga.
32.	Oke kak <i>see you</i> .	<i>See you bye</i> .



17 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ilyasa Pyke', with a horizontal line underneath.

Ilyasa Pyke

3. Informan

Narasumber 1 : Rizfinia Destriana

Jabatan : Pelanggan Ratsa Kopi Depok

Hari/Tanggal : 17 Januari 2023

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Halo kak perkenalkan nama aku Vanya Samira aku mahasiswi dari Universitas Nasional semester 7 sekarang aku lagi mau ngelakuin penelitian yang judulnya promosi kopi kelapa dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada Ratsa Kopi Depok nah untuk data yang akan aku tanya ke kakak yang aku wawancara in ke kakak itu sepenuhnya dipakai cuman untuk kepentingan penelitian aja gimana boleh nggak kak boleh sekalian perkenalkan diri.	oke nama aku Rizfinia Destriana sebagai pelanggan dari Ratsa Kopi.
2.	Oke kita langsung masuk pertanyaan ya, kak.	Oke
3.	Dari mana Kakak mengetahui Ratsa Kopi?	Oke jadi awal pertama kali tahu Ratsa Kopi itu aku lagi ada kegiatan

		<p>kepemudaan terus kebetulan yang pemilik Ratsa Kopi ini mengundang aku untuk datang ke Ratsa Kopi pas lagi Grand Opening karena kebetulan dekat sama rumah aku karena satu lingkungan gitu.</p>
4.	<p>Sejak kapan kakak menjadi pelanggan Ratsa Kopi?</p>	<p>sejak awal pas Grand Opening terus nyoba-nyoba iseng karena dekat sama rumah ternyata enak buat santai santai Buat ngopi terus dari situ deh udah mulai jadi pelanggan Ratsa Kopi.</p>
5.	<p>seberapa sering Kakak datang ke Ratsa Kopi dan kapan sih biasanya Kakak datang ke Ratsa Kopi?</p>	<p>kalau seringnya aku sering sih lumayan sering karena biasanya buat kerja waktu itu kan lagi jaman WFH juga sering buat santai santai di sana juga buat kerja di sana terus kalau kapan waktunya itu biasanya malam kalau misalnya bareng sama teman-teman kalau lagi butuh buat wfc itu ya siang aku udah kesana tergantung sih.</p>
6.	<p>kalo dari per minggu nih biasanya kakak seminggu berapa kali gitu ke Ratsa Kopi?</p>	<p>kalau seminggu di <i>weekdays</i> bisa 3 atau 2 kali kalau di weekend kalau temen-temen aku lagi ngajak nongkrong biasanya bisa dua kali itu di <i>weekend</i> atau sekali tergantung.</p>
7.	<p>oke berapa jarak dari rumah kakak ke Ratsa Kopi?</p>	<p>kalau di rumahku tuh deket banget karena kebetulan Ratsa Kopi itu</p>

		cuman beda 1 Gang gitu posisinya sama rumahku.
8.	oke berarti Lumayan dekat ya kak Na dari jarak tersebut. Apakah kakak tetap memilih Ratsa Kopi dibanding tempat kopi lain?	Iya sih karna kalau lagi butuh tempat nongkrong yang cepat yang deket jadi nggak ribet gitu jadi lebih milih yang deket aja kayak gitu sih.
9.	Oke terus dari mana kakak biasanya mengetahui promosi yang diberikan oleh Ratsa Kopi.	Kalau promosinya terutama sih dari media sosial ya kayak udah follow ignya jadi beberapa kali liat promosinya dari situ sama ditambah kalau lagi ngobrol-ngobrol sama baristanya biasanya dikasih tahu nih yang lagi promosi apa gitu sih, tapi biasanya kalo lagi tanggal merah atau libur nasional gitu biasanya mereka ngadain <i>discount</i> jadi aku udah tau gitu
10.	Apakah dari promosi promosi yang disebar tersebut Kakak dapat mengetahui produk kopi kelapanya dari Ratsa Kopi Depok?	iya jadi waktu itu pertama kali tahu. Itu kan kayak di promosiin di Instagram tentang kopi kelapa terus kayak penasaran nih mau nyoba Akhirnya main ke sana terus ditawarkan juga sama beritanya karena baristanya Tuh aktif juga nge promosiin produk produk terbaru yang ada di Ratsa Kopi kayak gitu.

11.	Oke terus kapan Biasanya Kakak mengetahui atau melihat promosi dari Ratsa Kopi?	cepat sih biasanya tuh mereka habis ngadain promosi apa Aku lagi Buka Instagram biasanya bisa langsung melihat promosinya.
12.	Oke berarti cukup ngikutin ya kak di Instagram dari Ratsa Kopi? lalu produk apa aja yang kaka tau?	Iya dong follow banget abis. Eeem buat kopi ada cappuccino, americano, kopi kelapa, ratsa mama, non-coffee ada matcha sama makanan juga ada dimsum gitu ada juga
13.	asik terus, menurut Kakak Seperti apa rasa dari kopi kelapa?	Rasanya dia tuh beda ya karena ada beberapa di coffee shop juga yang punya menu yang sama kopi kelapa tapi aku nggak tahu kenapa di ratsa kelapa di Ratsa Kopi tuh kayak beda gitu loh. jadi aku nggak tahu mungkin dari komposisi susu nya yang ngebedain jadi aku nemuin hal baru di kopi rasa kelapa gitu-gitu sih.
14.	Oke sejak kapan kakak mengenal produk kopi kelapa?	itu sih sejak awal banget dia mau launching ada di sosmed tuh kayak munculnya rasa penasaran kayak apa nih kopi kelapa gitu terus kayak ngomong lah sama baristanya tanya kalau aku tuh kepo sama produknya terus ya udah langsung di itu aku pesen kopi kelapa saat itu eh ternyata aku suka jadi sampe sekarang suka pesen kopi kelapa.

15.	Jadi dari komunikasi dari baristanya juga ya Kak untuk kenalin kopi kelapanya?	Iya jadi karena itu sih tadi yang aku bilang karena baristanya aktif banget buat nawarin produk baru jadi aku juga dapat info juga dari mereka gitu.
16.	Nah, Bagaimana penyajian produk kopi kelapa di Ratsa Kopi oleh para baristanya?	menurut aku penyajiannya sih lumayan perfect ya kaya karnakan semua tuh sesuai takaran banget mereka juga terus apa ya Dan mereka terima request gitu loh, jadi aku tuh kan kurang bisa kopinya yang terlalu strong. Jadi kalau aku request itu tuh bisa dibikin ini nggak terlalu strong gitu terus juga enak karena sambil berinteraksi juga sama beritanya jadi nggak bosan gitu loh.
17.	Oke berarti sambil ngobrol-ngobrol di open barnya itu ya kak?	Betul.
18	Oke dengan harga yang ditentukan untuk produk kopi kelapa. Apakah kakak tetap akan membeli produk kopi kelapa dibanding kopi lainnya?	iya sih karna kalau lagi pengen ngopi terus kaya tapi tapi bosan nih cuman kayak kopi doang nah itu tuh di rekomendasinya kopi kelapa karena rasanya ada manis, kelapanya gurih, makanya aku tetap memilih beli kopi kelapa kalau lagi bosan aja gitu jadi seru, soalnya rasanya. Gak masalah sih dengan harga karena memang <i>range</i> harga di tempat kopi juga rata-

		rata segitu, masih masuk ke kantong kalangan mana aja
19.	berarti ga masalah ya kak sama harganya dengan harga yang dibanderol Rp25.000 1 cup-nya?.	nggak sih karena menurut aku worth it itu sih tadi kan aku bilang dia juga rasanya ngebosenin jadi menurut aku worth it dengan harga segitu.
20	Oke terus pakah kakak merasa puas dengan pelayanan di Ratsa Kopi?	puas banget karena kebetulan baristanya juga seru seru orangnya terus juga selalu ngasih rekomendasi yang enak enak minuman di sana kaya contohnya Ini nih kopi kelapa aku dapat rekomendasi jadi aku suka sih emang sama pelayanan Ratsa. Buat soal pembayaran juga udah dibuat gampang ya bisa bayar pake debit kalo gak ada kartu bisa pake QR m-banking.
21.	Jika salah satu teman kakak bertanya tentang Ratsa Kopi dan produknya kopi kelapa, apakah kakak akan memberikan review yang baik?	Iya jelas aku bakal ngasih review yang baik karena awal aku nyobain first impression itu enak jadi aku bakal ngasih review yang baik juga tentang kopi kelapa.
22.	Oke, terus lanjut. Apakah kakak pernah mengikuti event yang dilaksanakan oleh Ratsa Kopi?	Kebetulan pas ada event di Universitas Pancasila aku nggak bisa ikut tuh karena lagi ada kerjaan jadi aku stay di Ratsa Kopinya aja lah gitu nggak usah ikut ke event-nya gitu.

23.	Oke jadi belum pernah ya Kak datang ke eventnya Ratsa?	iya belum nanti deh kalau ada lagi aku mau datang.
24.	sip nah lanjut nih. Gimana cara Kakak merekomendasikan produk kopi kel apa milik Ratsa Kopi kepada orang lain?	kalau cara aku sendiri sih biasanya aku ngasih tahu nih ke temen aku kalau aku tuh udah pernah minum Jadi bukan cuman rekomendasiin aja tapi karena aku udah pernah nyobain juga makanya aku ngasih tahu ke teman-teman dan ngasih tahu kalau mereka harus nyoba karena ada sesuatu yang beda di kopi kelapa punya Ratsa kaya gitu.
25.	sip berarti kakak nggak segan-segan untuk ngerekomendasiin kopi kelapa kalau kakak lagi bingung nih sama temen-temen Kakak mau nongkrong kemana terus produk apa yang enak itu?	nggak bakalan segan-segan buat rekomendasiin kopi kelapa punya Ratsa.
26.	Oke menurut Kakak sendiri. Bagaimana cara barista Ratsa Kopi untuk tetap mempertahankan pelanggannya?	kalau yang aku lihat sejauh ini caranya mereka itu dengan berinteraksi sih karena acara ini para barista di Ratsa K opi itu baik-baik banget ke customer dan menurut aku itu menjadi 1 Nilai plus karena banyak juga orang-orang yang mau ngopi tuh bukan

		<p>sekedar ngopi doang gitu loh Kak jadi mereka tuh ada yang mereka cari gitu di coffee shop dan ya terutama aku, aku kaya nyari temen ngobrol nyari apa dan aku bisa dapetin itu di Ratsa Kopi dan menurut aku itu bakalan jadi caranya mereka buat mempertahankan nih pelanggan pelanggan yang datang supaya nggak cabut gitu aja. Promosi juga menurut aku bisa pertahanin pelanggan sih, aku sendiri balik lagi kesini salah satu faktornya karena promosinya sih, terus juga rata-rata temen aku balik kesini karena <i>discount</i> nya.</p>
27.	<p>Menurut kakak siapa saja yang akan berpotensi untuk menjadi pelanggan yang loyal dari Ratsa Kopi?</p>	<p>Kalau kita lihat dari lokasinya ya karena dia berada di lingkungan penduduk itu yang yang padat penduduk menurut aku yang jadi pelanggan loyal nya itu pasti orang-orang sekitar dulu sih kak terus ditambah juga banyak anak-anak sekolah yang pulang nya tuh pada nongkrong ke situ jadi karena lokasinya juga nggak jauh dari sekolah-sekolah itu juga menurut aku bisa menjadi pelanggan loyal dari Ratsa Kopi sih.</p>

28.	<p>Nah kalau kakak ngalamin Pengalaman yang buruk di Ratsa Kopi salah satunya Contohnya kayak barista salah memberikan pesanan kepada Kakak Apakah kakak akan mengungkapkannya dan akan tetap kembali ke Ratsa Kopi . kalau iya kenapa?</p>	<p>kalau ini tuh aku pernah sih punya pengalaman posisinya aku salah dapat pesanan apa yang aku pesen tuh nggak sesuai tapi waktu itu kayak baristanya emang cepet tanggap karena aku langsung bilang kalau ini tuh salah bukannya aku pesen dan baristanya minta maaf pas emang salah pesanan, aku suka caranya gentle minta maaf.</p>
29.	<p>Oke, nah, Apakah kakak memiliki hubungan personal dengan barista Ratsa Kopi?</p>	<p>hubungan personal sebagai temen tuh emang udah dapat sih kak feelnya setelah bolak-balik ya karena mungkin asik banget udah temenan banget gitu jadi di luar dari kerjaan mereka pun kita masih main kaya misalkan udah selesai mereka kerja makan di rumah aku makan bakso bareng gitu situs main di luar juga kalau mereka ada yang lagi libur sampai kayak gitu sih, emang udah seru banget soalnya.</p>
30.	<p>berarti kakak dengan main terus ke Ratsa Kopi jadi punya membangun hubungan personal ya kak sendiri sama baristanya.</p>	<p>iya bener jadi karena emang udah ada sama-sama kecocokan gitu loh kak jadi udah temenan banget lah.</p>

31.	<p>oke, nah yang terakhir nih kak saran apa yang bisa kakak berikan kepada Ratsa Kopi?</p>	<p>sarannya buat Ratsa Kopi mungkin apa ya karna aku lihat sekarang sosial medianya udah berjalan banget juga sebenarnya tadi yang mau aku jadiin saran tuh kemaren sempet kek vacuum gitu kan instagramnya terus kaya sekarang aku liatin udah aktif jadi aku bingung sih sarannya apa karna tempatnya udah instagramable banget produknya udah banyak ada makanan juga lengkap aku bingung mau makan apa tapi yaudah pokoknya lebih baik lagi udah sih kak gitu aja soalnya udah keren sih pokoknya Ratsa.</p>
32.	<p>Berarti tetap mempertahankan kualitas aja ya kak sama rasanya tetap dipertahanin ya biar sama.</p>	<p>nah iya bener tuh rasanya jangan sampai barista yang satu sama yang lain beda tapi aku nggak percaya kalau hal itu akan terjadi karena mereka tuh mainnya timbang-timbang kak jadi udah pasti nggak bakalan ada perbedaan rasa yang penting konsisten aja tetap gitu sih kak.</p>
33.	<p>Oke terima kasih ya Kak buat waktunya buat kesempatannya aku boleh interview Kakak soal loyalitas pelanggan di Ratsa Kopi Depok.</p>	<p>Oke sama-sama kak Vanya dan sukses terus ya.</p>

Depok, 17 Januari 2023



Rizfinia Destriana



LAMPIRAN VII
REDUKSI DATA

Informan	Key Informan Yuma Aldi Faizal Supervisor dan Head Barista	Informan 1 Ilyasa Pyke Pelanggan Ratsa Kopi	Informan 2 Rizfinia Destriana Pelanggan Ratsa Kopi
Kode Warna	Biru	Hijau	Pink

No.	Kode	Isi	Open	Axial	Selective
1.	Yuma (2)	Produk Ratsa Kopi sendiri kita punya beberapa kategori ... kategori pertama ada <i>coffee</i> ... kita punya beberapa <i>signature</i> juga mulai dari ratsa kelapa, ratsa mama, ratsa aren gitu ... kategori selanjutnya kita ada <i>non-coffee</i> , kita <i>non-coffee</i> juga ada <i>signature</i> nya ada <i>matcha</i> , <i>chocolate</i> gitu, <i>non-coffee</i> kita juga ada <i>mocktail</i> trus ada menu teh juga ... makanan sendiri kita bagi dua ada <i>finger bites</i> dan <i>main course</i> . <i>Finger bites</i> sendiri ada <i>French fries</i> , <i>nachos</i> , <i>singkong</i> , <i>cireng</i> , untuk <i>main course</i> kita punya nasi kornet, mie goreng, mie rebus	Kategori Produk	<i>Product</i>	<i>Intergrated Marketing Communication</i>

2.	Ilyasa (10)	Ada kopi aren, kopi kelapa gitu, kopi <i>strong</i> ada <i>Americano</i> , <i>latte</i> juga, coklat juga ada <i>chocolate cheese</i> gitu, buat makanan ada kentang gitu sih, pasta juga ada.			
3.	Rizfinia (12)	Buat kopi ada <i>cappuccino</i> , <i>Americano</i> , kopi kelapa, rasta mama, <i>non-coffee</i> ada <i>matcha</i> sama makanan juga ada sih, dimsum gitu ada.			
4.	Yuma (3)	... Dari mulai konsistensi rasa terus dari mulai kebersihan juga produknya kaya gimana terus <i>servings</i> juga kaya gimana kita sangat memperhatikan itu untuk kepentingan kualitas kita sendiri.	Kualitas Produk		
5.	Ilyasa (12)	Kualitas produk di Rasta juga oke sih baristanya mikirin detail-detail nya biar produknya terjaga kebersihannya, rasanya ga berubah.			
6.	Rizfinia (32)	Jangan sampai barista yang satu sama yang lain beda tapi aku enggak percaya kalau hal itu akan terjadi karena mereka tuh mainnya timbang-timbang kak jadi udah pasti enggak bakalan ada perbedaan rasa.			
7.	Yuma (4)	... Terutama ada yang namanya kopi kelapa tuh ka, nah kopi kelapa itu juga termasuk produk <i>best seller</i> kita di rasta kopi sendiri.	Produk Unggulan		

8.	Ilyasa (11)	... Ratsa kelapa atau kopi kelapa salah satu menu yang sering gue pesen disitu.			
9.	Rizfinia (14)	... Munculnya rasa penasaran kayak apa nih kopi kelapa gitu ... terus ya udah langsung disitu aku pesen kopi kelapa eh ternyata aku suka jadi sampe sekarang suka pesen kopi kelapa			
10.	Yuma (6)	... Banyak anak-anak muda atau ibu-ibu yang gasuka sama kopi <i>strong</i> nah kita menghadirkan ratsa kelapa sendiri atau kopi kelapa untuk memenuhi kebutuhan tersebut gitu dengan kopi nya yang gak terlalu <i>strong</i> ... pake <i>beans</i> atau biji kopi <i>single origin Arabica, full 100% Arabica</i> dari Jawa Barat gitu sih namanya Gunung Argopuro itu juga yang menjadi unggulan dari kopi kelapa kita yang ngebuat kopi kelapa ga terlalu <i>strong</i> .	Keunggulan Produk Kopi Kelapa		
11.	Ilyasa (12)	... Raasanya tuh gak bikin enek, rasanya pas kopinya ada rasa kelapa yang juga lumayan nendang <i>perfect</i> lah dalam satu cangkir itu.			
12.	Rizfinia (13)	... Ratsa kelapa atau kopi kelapa di Ratsa Kopi tuh kayak beda gitu loh, jadi aku enggak tau mungkin dari setiap komposisinya takarannya pas jadi lebih enak.			

13.	Yuma (8)	Untuk penentuan harga ya dari kopi kelapa kita menentukannya dari beberapa bahan baku yang kita pake ... dari segmentasi pasar juga kita menentukan harganya gimana caranya kopi yang kita sajiin ini bisa masuk ke kantong di beberapa banyak kalangan ...	Range Harga	Price	
14.	Yuma (9)	... Untuk kopi kelapa sendiri kita punya harga Rp. 25.000 di satu cup nya dan untuk produk kita sendiri keseluruhan itu <i>range</i> harga kita itu di Rp. 25.000 sampai Rp. 35.000.			
15.	Ilyasa (21)	... Menurut gue di Ratsa pun gak kemahalan dia menurut gua standar lah harga segitu ... standar banget di daerah Depok.			
16.	Rizfinia (18)	Ga masalah sih dengan harga segitu karena memang <i>range</i> harga di tempat kopi juga rata-rata segitu, masih masuk ke kantong kalangan mana aja.			
17.	Yuma (11)	Untuk metode pembayaran sendiri kita sangat memudahkan para customer sih ... kita mulai menerima pembayaran tunai, terus kita juga menerima pembayaran kartu debit ... pembayaran QR ...	Metode Pembayaran		
18.	Rizfinia (20)	... Buat soal pembayaran juga udah dibuat gampang ya bisa bayar pake debit kalo gak ada kartu bisa pake QR aja dari m-banking			

19.	Yuma (13)	Bentuk promosinya tersebut kita pake <i>discount</i> , untuk <i>discount bundling, bundling</i> misalnya kopi kelapa dengan makanannya <i>French fries</i> gitu ... terus ada voucher juga ... kalau untuk iklan berbayar gitu sih kita di Ratsa juga ngundang <i>coffee vlogger</i> gitu ...	Bentuk promosi	<i>Promotion</i>	
20.	Yuma (17)	Menggunakan promosi jangka panjang ... kayak dari tanggal 1 sampai tanggal 20 gitu.			
21.	Yuma (18)	... Kita buat promosi jangka panjang jadi tujuannya untuk itu ka untuk orang-orang baru dan pelanggan lama di Ratsa liat promonya dulu gitu makanya apa dia mau dating ke Ratsa hari Minggu <i>weekend</i> jadi kan promonya masih ada.			
22.	Yuma (19)	... Kita ngadain promo di hari-hari besar seperti hari kemerdekaan, hari idul fitri ...			
23.	Ilyasa (13)	... Yang gue liat sih Ratsa sering bikin promo <i>bundling</i> minuman sama makanan sih, tapi gak jarang juga ada <i>discount</i> per produk nya gitu.			
24.	Rizfinia (9)	... Tapi ya biasanya kalo lagi tanggal merah atau libur nasional gitu biasanya mereka ngadain <i>discount</i> jadi aku udah tau gitu			
25.	Yuma (12)	Untuk media promosi ... menggunakan media cetak ... kaya pamflet yang kita cetak dan kita	Media Promosi		

		<p>taro didepan kasir ... media banner biasanya kita taro diiket didepan gitu atau digantung, terus ada media sosial, nah media sosial sendiri kita pake Instagram, lewat fitur snapgram, post, reels gitu segala macem, tentunya ada media personal dari baristanya sendiri karena barista sebisa mungkin mengkomunikasikan produknya gitu ... buat iklan berbayar gitu kita di Ratsa juga ngundang <i>coffee vlogger</i> gitu dateng ke Ratsa mencoba menu dan negrasain suasana di Ratsa, setelah itu biasanya kita minta <i>feedback</i> baliknya semacam review dan nge post tentang Ratsa Kopi di instagramnya</p>		
26.	Yuma (25)	<p>Tentunya dari event sangat menarik pelanggan baru ... jadi penasaran dimana sih lokasinya itu yang pertama untuk menarik pelanggan baru, nah dengan mempertahankan pelanggan lama karena semakin Ratsa Kopi dikenal diluar gitu ya jadi semakin banyak kepercayaan kepada produk kita.</p>		
27.	Ilyasa (13)	<p>Biasanya sih kalau promo gue tau kalau mau mesen di kasir itu biasanya kasir itu ngasih info kalau lagi ada promo dari hari apa sampai kapan atau biasanya ada pamflet didepan kasir</p>		

		atau kadang-kadang temen gue yang juga barista juga kayak infoin ke gue kalau lagi ada promo gitu.		
28.	Rizfinia (10)	Kalau promosinya terutama sih dari media sosial ya kayak udah <i>follow</i> instagramnya jadi beberapa kali liat promosinya dari situ, sama ditambah kalau lagi ngobrol-ngobrol sama baristanya biasanya dikasih tau nih yang lagi promo apa aja gitu.		
29.	Yuma (14)	Memilih bentuk-bentuk promosi tersebut tentunya untuk menarik minat pelanggan ya, untuk <i>bundling</i> kita biasanya mau ningkatin volume penjualan pada saat-saat tertentu, terus juga bisa ngedorong pelanggan buat beli lebih banyak produk gitu, terus juga kalau <i>discount</i> gitu biasanya buat ngenalin produk baru juga dan juga bisa buat pelanggan jadi tetap ke Ratsa Kopi. Bagi pelanggan bentuk promosi juga dirasa menguntungkan.	Tujuan Promosi	
30.	Ilyasa (14)	... Dari segi pandang pelanggan kayak gue promo tuh penting banget karena gue bisa dapat produk dengan harga murah atau bahkan dapat <i>bundling</i> segala macam itu menurut gua <i>worth it</i> .		

31.	Rizfinia (26)	Promosi juga menurut aku bisa pertahanin pelanggan sih, aku sendiri balik lagi kesini salah satu faktornya karena promosinya, terus juga temen-temen aku balik kesini juga karena <i>discount</i> nya.		
32.	Yuma (20)	... Ratsa Kopi sendiri mentargetkan segmennya itu kepada pekerja, terutama yang bekerja dari rumah, lalu juga anak-anak sekolah atau remaja hingga dewasa ...	Segmentasi Khusus di Lingkungan	<i>Place</i>
33.	Yuma (21)	... Keliatannya ada di lokasi yang kurang strategi padahal Ratsa terletak di antara sekolah di daerah Depok 1 jadi banyak anak sekolah yang pulang sekolah ngerjain tugas disana atau nongkrong aja sama temen-temenya, terus terletak di dalam perumahan yang biasanya didalam perumahan tuh biasanya banyak orang-orang pekerja kantoran yang kerja dari rumah, ada juga masyarakat daerah Ratsa yang kerjanya <i>freelance</i> , lalu juga ada yang magang jadi bisa ngerjain tugas-tugas di Ratsa Kopi.		
34.	Ilyasa (6)	... Biasanya gua hari-hari kuliah juga sering kerjain disana kan masih ada kuliah <i>online</i> juga dan kadang kalau lagi <i>weekend</i> gue juga sering kesana sih bareng temen gue.		

35.	Rizfinia (5)	... Biasanya malam kalau bareng sama teman-teman kalau lagi butuh wfc (<i>work from cafe</i>) itu ya siang aku udah kesana.		
36.	Rizfinia (7)	Kalau dari rumahku tuh deket banget karena kebetulan Ratsa Kopi cuman beda satu gang gitu posisinya sama rumahku.		
37.	Rizfinia (27)	... Karena dia berada di lingkungan penduduk itu yang padat penduduk menurut aku yang jadi pelanggan loyalnya itu pasti orang-orang sekitar dulu sih kak, terus ditambah juga banyak anak-anak sekolah yang pualngnya tuh pada nongkrong ke situ jadi karena lokasinya juga enggak jauh dari sekolah-sekolah, itu juga menurut aku bisa menjadi pelanggan loyal dari Ratsa Kopi.		
38.	Yuma (21)	... Barista menarik pelanggan tuh ya terutama itu membuat <i>ambience</i> atau suasana di Ratsa Kopi menjadi lebih nyaman dengan <i>playlist</i> yang enak didengar buat semua kalangan ...	Membangun Suasana	
39.	Ilyasa (20)	Tempatnya oke, suasanya juga nyaman, baristanya ngajak ngobrol juga, <i>positive vibes</i> jadinya ...		
40.	Rizfinia (26)	... Terutama aku, aku kaya nyari temen ngobrol dan aku bisa dapetin itu di Rata Kopi dan menurut aku itu bakalan jadi caranya		

		mereka buat pertahanain pelanggan-pelanggannya yang datang supaya gak cabut gitu aja.			
41.	Yuma (21)	Tentunya kita melakukan kerja sama ya ka seperti media atau kedai kopi lainnya, untuk media sendiri itu kita kerja sama nya media KAUP dan untuk kedai kopi kita kerjasamanya dalam hal bahan baku.	Kerjasama	<i>Participant</i>	
42.	Yuma (23)	... bentuk kerjasamanya itu kita membuat suatu event, kalau dari kedai kopi lainnya itu ita bentuk kerjasamanya adalah yang terutama bahan baku itu dari mulai susu <i>beans espresso</i> , dan powder.			
43.	Yuma (24)	... event bazar itu kita pernah ikut atau hadir di bazar Universitas Pancasila yang kedua itu ada event UMKM yang ada di Depok salah satu sekolah Depok yaitu SMK Almuhajirin ... dengan mengikuti bazar tersebut kita memperkenalkan produk salah satunya kopi kelapanya sendiri dan disitu juga kita pasti ngasih <i>discount</i> .			
44.	Yuma (26)	Kopi kelapa butuh waktu 5 menit aja si ka sebenarnya.	Pembuatan Produk	<i>Proses</i>	

45.	Rizfinia (16)	... Semua tuh sesuai takaran banget mereka juga terima <i>request</i> , jadi aku tuh kan kurang bisa kopinya yang terlalu <i>strong</i> ...			
46.	Yuma (27)	... Kita menanggapi <i>complain</i> sangat baik dari mulai kita ajak interaksi gimana sih apa yang ngebuat pelanggan gasuka sama kopi kelapa, ... kita jelasin produk kita segala macam kalo emang produk kita dirasa gak cocok sama pelanggan kita pasti bakal nyaranin untuk produk lain, kita cari bareng-bareng produk apa sih yang cocok buat kakaknya gitu.	Menangani <i>Complain</i>		
47.	Rizfinia (26)	... Baristanya minta maaf pas emang salah pesenan, aku suka caranya <i>gentle</i> minta maaf			
48.	Ilyasa (24)	... Sempet dapet minuman yang salah ... pas gua minta ganti sama baristanya langsung di ganti gitu sama minuman baru.			
49.	Yuma (29)	... Dengan adanya interaksi kita jadi lebih deket sama <i>customer</i> dalam hal memperkenalkan produk kita ...	Pelayanan Barista		
49.	Ilyasa (9)	Pelayanannya sih menurut gua lumayan professional ya dan juga di Ratsa tuh baristanya tuh lumayan interaktif gitu dia sering ngajak ngobrol selain dari temen gue yang barista-barista lain juga lumayan gampang akrab ke customer.			

50.	Rizfinia (15)	Baristanya aktif banget buat nawarin produk baru jadi aku juga dapat info juga dari mereka gitu.			
50.	Rizfinia (20)	... Kebetulan baristanya juga seru-seru orangnya teru juga selalu ngasih rekomendasi yang enak-enak minuman disana ...			
51.	Yuma (28)	... Kita pilih konsep <i>open bar</i> seperti ini yang pertama adalah <i>coffee shop</i> kita adalah <i>coffee shop start-up</i> ... dengan tata letak <i>open bar</i> itu bisa buat menarik pelanggan ... karena kita bisa bangun interaksi antara si barista sendiri dengan <i>customer</i> sendiri itu.	Tata Letak Interior	<i>Physical Evidence</i>	
52.	Yuma (29)	... Dengan <i>open bar</i> kita lebih banyak tau lagi <i>customer</i> tuh maunya apa, terus suka nya apa ... lebih ke arah <i>open sharing</i> ...			
53.	Ilyasa (22)	... Tempat yang se-nyaman itu seluas itu ber-ac dan baristanya interaktif ...			
54.	Ilyasa (27)	... area open bar itu ya jadi gue sambil ngopi sambil ngobrol langsung sama baristnya ... salah satu tempat <i>favorite</i> gue karena bisa langsung ngobrol, bisa langsung Tanya-tanya soal promo juga.			
55.	Ilyasa (3)	Awalnya dari temen gua ... ngasih tau ke gua ada tempat kopi yang tempat sama kopi nya enak ...	Pengenalan Tempat dan Produk	<i>Purchase Intention</i>	Loyalitas Pelanggan

56.	Ilyasa (4)	Kira-kira tahun lalu 2021 ... semenjak itu udah mulai sering bolak-balik			
57.	Rizfinia (3)	Pertama kali tau Ratsa Kopi itu aku lagi ada kegiatan kepemudaan terus kebetulan pemilik Ratsa Kopi ini ngundang aku untuk datang ke <i>grand opening</i> ...			
58.	Ilyasa (5)	... Seminggu tuh bisa kayak empat sampe lima kali dateng kesana	Intensitas Kedatangan		
59.	Rizfinia (6)	Kalau seminggu di <i>weekday</i> bisa 3 atau 2 kali kalau temen-temen aku lagi ngajak nongkrong biasanya dua kali di <i>weekend</i>			
60.	Ilyasa (17)	... Dalam seminggu kayak bisa 3 kali atau mungkin dalam satu hari gua beli dua produk itu salah satunya pasti kopi kelapa ...	Pembelian Kopi Kelapa		
61.	Rizfinia (18)	Kalau lagi mau ngopi tapi bosan cuman kaya kopi doang ... direkomendasi kopi kelapa karena rasanya ada manis, kelapanya gurih jadi seru.			
62.	Ilyasa (7)	Kebetulan salah satu barista di Ratsa itu temen gue sendiri.	Ikatan Emosional		
63.	Rizfinia (29)	Hubungan personal sebagai temen tuh emang udah dapet ... setelah bolak-balik ya karena udah asik banget udah temenan banget gitu jadi di luar kerjaan mereka pun kita masih main ...			

64.	Yuma (21)	Kita juga selalu kasih <i>first impression</i> yang baik, selalu komunikatif, pelayanan maksimal, jadi pelanggan kita punya <i>first impression</i> yang baik yang bisa aja dia ngajak temennya lagi.	Merekomendasikan Produk	<i>Word of Mouth</i>	
65.	Ilyasa (23)	... <i>circle</i> gue sendiri banyak kok yang gasuka kopi <i>strong</i> jadi biasanya gua rekomendasiin ke Ratsa dan cobain kopi kelapanya karena dia kopi nya <i>lite</i> dan rasanya juga nendang, pasti bakal gua rekomenasin sih ke temen-temen gue			
66.	Rizfinia (21)	Iya jelas aku bakal kasih review yang baik karena awal aku cobain <i>first impression</i> aku enak jadi aku bakal kasih <i>review</i> yang baik juga.			
67.	Rizfinia (24)	Cara aku sendiri aku kasih tau kalau aku udah pernah minum jadi bukan cuman rekomendasiin aja tapi karena aku udah pernah cobain juga.			
68.	Yuma (10)	... kita bisa kasih rasa yang enak, kualitas yang baik, pelayanan yang maksimal, jadi kita ngasih harga ada yang mereka dapetin juga selain produk.	Kepercayaan dan Kepuasan Dari Produk	<i>Price Sensivity</i>	
69.	Ilyasa (21)	... Menurut gua harga murah belum tentu dapat kopi yang enak gitu ... gue lebih milih			

		cari aman lah kayanya tetap kopi kelapa di Ratsa Kopi		
70.	Rizfinia (19)	... Menurut aku <i>worth it</i> sih tadi kan aku bilang juga dia rasanya ga ngebosenin ...		
71.	Yuma (27)	... Nah kalau emang ternyata kesalahan ada di kita, kita minta maaf dulu pasti dan dicoba diperbaiki.	Pengalaman	<i>Complaining Behavior</i>
72.	Ilyasa (24)	Waktu itu sempet ya ... tahun 2021 awal-awal sempet dapet minuman yang salah ... setelah bilang ke baristanya langsung diganti sama minuman baru, menurut gua itu salah satu pelayanan oke sih.		
73.	Rizfinia (28)	Aku pernah punya pengalaman posisinya aku salah dapet pesanan apa yang aku pesen ga sesuai, waktu itu barista nya emang cepet karena aku langsung bilang kalau ini salah bukan yang aku pesen.		

LAMPIRAN VIII

LAPORAN OBSERVASI (*FIELD NOTES*)

Tanggal : 15 Desember 2022

Waktu : 11.00 – selesai.

Ditengah kesibukan yang dimiliki, peneliti meluangkan waktunya untuk melihat aktivitas di Ratsa Kopi. Peneliti melihat lokasi Ratsa Kopi yang berada dalam perumahan. Di Ratsa Kopi peneliti melihat tata letak interior yang ada terdapat area *indoor* dan area *outdoor*. Pada area *indoor* juga terdapat tata letak *open bar* yang dimana tata letak tersebut berhadapan langsung dengan area bar atau tempat penyajian minuman. Peneliti melihat harga menu dari produk di Ratsa Kopi cukup terjangkau di daerah sekitar.

Peneliti mendapatkan suatu informasi dari lingkungan Ratsa Kopi, pada key informan yaitu Yuma peneliti melihat bagaimana proses pembuatan dari produk kopi kelapa, dimana terlihat cara Yuma menyajikan kopi kelapa dengan cara diukur setiap bahan bakunya, kemudian kebersihan dari produknya juga diperhatikan sehingga menghasilkan kopi kelapa yang memiliki kualitas baik. Peneliti melihat serangkaian yang dilakukan oleh Ratsa Kopi, peneliti melihat bahwa promosi yang dilakukan oleh Ratsa Kopi yaitu dengan menggabungkan dua produk dengan satu harga.

Tidak hanya pada key informan yaitu Yuma, peneliti juga mendapatkan suatu informasi dari salah satu informan yaitu Ilyasa. Peneliti melihat bahwa Ilyasa menyukai produk-produk kopi dari Ratsa Kopi, salah satunya kopi kelapa, hal ini terlihat dari pembelian secara berulang yang dilakukan oleh informan Ilyasa. Peneliti melihat juga bahwa Ilyasa sering melakukan interaksi dengan para baristanya, dimana interaksi tersebut menciptakan suasana yang santai.

Selain informan 1 yaitu Ilyasa, terdapat informan 2 yaitu Rizfinia. Peneliti melihat bahwa Rizfinia sering datang ke Ratsa Kopi tidak hanya untuk bertemu dengan teman-temannya, tetapi juga Rizfinia datang ke Ratsa Kopi untuk melakukan kegiatan rapat. Dengan seringnya Rizfinia datang ke Ratsa Kopi membuat Rizfinia membuat hubungan pertemanan dengan barista di Ratsa Kopi. Hal ini dilihat peneliti karena interaksi yang dilakukan oleh Rizfinia dengan barista cukup akrab.

Dengan begitu peneliti melihat dari kedua informan yaitu Ilyasa dan Rizfinia sangat sering mengunjungi Ratsa Kopi untuk mengisi waktu luang mereka dan juga melakukan kegiatan-kegiatan yang mereka miliki di Ratsa Kopi.

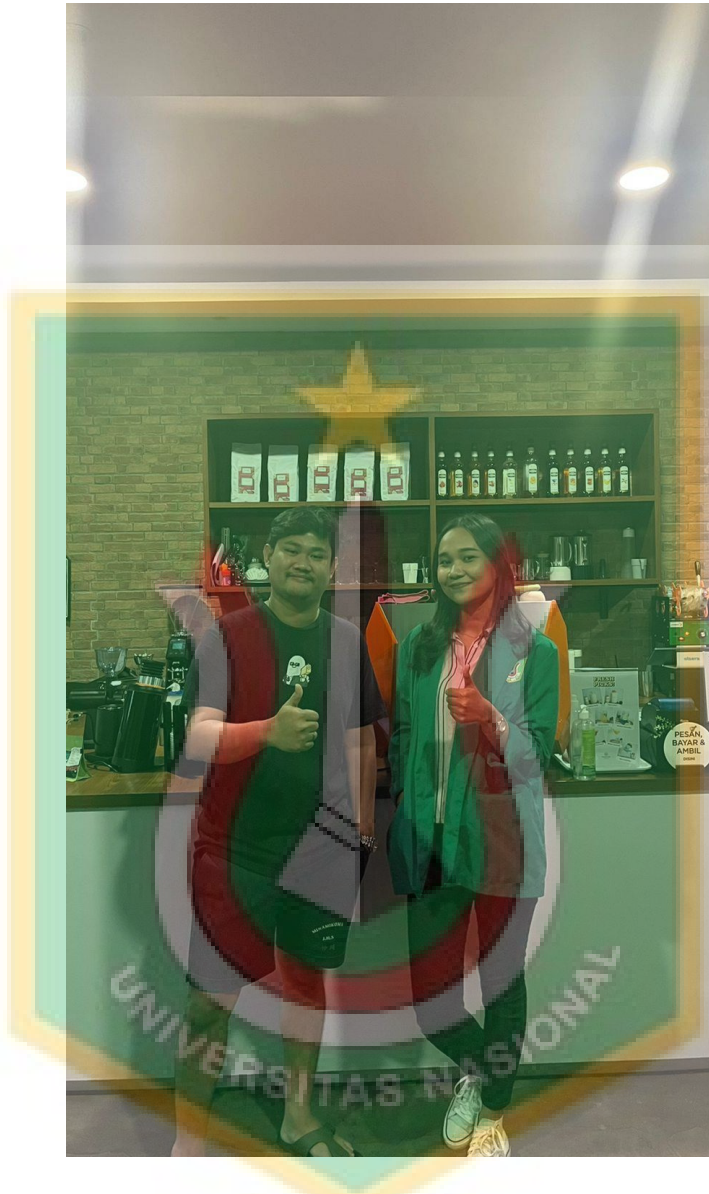
Sumber: Dikelolah oleh peneliti pada tahun 2023.

LAMPIRAN IX

DOKUMENTASI



Key Informan, Yuma Aldi Faizal.



Informan, Ilyasa Pyke.



Informan, Rizfinia Distriana.

LAMPIRAN X
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Vanya Samira

UNDERGRADUATE PUBLIC
RELATIONS STUDENT

Contact

📍 Jl. Dempo X No.284 RT.09/10 ,
Depok Jawa barat

✉️ vanyasamira@gmail.com

☎️ 085861561131

Skills

Public Speaking
Communication
Responsible
Microsoft Word
Microsoft Power Point

Language

Bahasa
English

About Me

Hello, i'm a fourth years student of Public Relations at National University who interested to learn new things and keep looking for more experience.

Highly motivated and passionate about communicating in general. Also a fast learner. With my personality i love to work with team and individual, i'm quick learner, adaptable, and organized.

Education

NATIONAL UNIVERSITY
FOURTH YEARS STUDENT OF PUBLIC
RELATIONS
LAST GPA 3.47

SMA PUTRA BANGSA
2016-2019

Work Experience

EVENT NUSALAUT 17 Desember 2022

**CHRISTMAS SPECTACULAR -
LIASION OFFICER**

- Responsible for ensuring the comfort of talent
- Regulate the entry and exit of talent when performing

ADVOKAT KONSTITUSI - Mei-August 2022

CONTENT CREATOR TIKTOK

- Make TikTok videos every week
- Write scripts for TikTok video content

MAP CLUB - SALES April-July 2021

ASSISTANT AT ZARA

- Serving more than 10 customers every day
- Responsible for the products offered
- Provide good service to customers

LAMPIRAN XI
LEMBAR HASIL UJI TURNITIN

tahap 1

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	2 %
2	dspace.uui.ac.id Internet Source	1 %
3	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	1 %
4	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1 %
5	123dok.com Internet Source	1 %
6	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1 %
7	journal.isi-padangpanjang.ac.id Internet Source	1 %
8	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	1 %
9	media.neliti.com Internet Source	1 %