

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

A, Shimp. Terence. (2004). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*.

Jakarta: Erlangga

Bilson, Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Basu Swastha, 1996, *Azas-Azas Marketing, Edisi Ketiga*, Penerbit Liberty, Yogyakarta.

Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit

Andi.

Griffin, J. 2005. *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. United State of America: A

Division of Simon Schuster Inc.

Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara.,2006. *Marketing Communication*

Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management, 15th Edition*

New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc hlm 361

Kotler, Philip. 1994. *Marketing management: Analysis,Planing,Implementation, Control. Ed. 8,*

New jersey: Prentice Hall, Inc.



Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta  
Phillip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga,  
2008) hlm 314

Prabowo, H.E. 2008. *Komoditas yang salah urus*. Kompas, 16 Januari 2008

Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta),50.

Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I. Ihalauw, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi,  
2005)

Ratih Hurriyati. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung, 40153

Supriyanto, Sugeng. 2008. *Meraih Untung dari Spanduk hingga Billboard Cetakan I*. Yogyakarta:  
Pustaka Grahatama.

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta. Hlm 21

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan  
R&D*. Bandung: Alfabeta hlm 216

Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS

### **Sumber Jurnal :**

Adha Ghassani, S. F. (2016). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Place, Promotion,*

Agusta. 2003. *Teknik Pengumpulan Data dan Analisa Data Kualitatif*. Disampaikan

pada pelatihan Metode Kualitatif di Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Litbang Bogor, 27 Februari 2003. Bogor.

Aurelius Panito (2021), *Strategi Komunikasi Pemasaran Starbucks (Penelitian Pada Gerai Starbucks Citra 6)*

Buchari Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta

Djajasudarma, T. Fatimah. (2009). *Semantik 1: Makna Leksikal dan Gramatikal*.

Bandung: PT. Revika Aditama.

Gesty Ernestivita, “Analisis Pengaruh Place, Promotion, Dan People Terhadap Keputusan

Konsumen Melakukan

Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. (Bandung: Alfabeta, 2017)

Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

*Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di PT Sucoriners Central Gani Cabang Kediri*”, *Jurnal Nusamba* Vol.1 No.2, (2016).

Kartika Sari, .Nurhayati I K (2019), *Pengaruh strategi komunikasi pemasaran Starbucks Card terhadap Royalitas konsumen (Studi Pada Konsumen Berstatus Mahasiswi PT. Starbucks Coffee di Kota Bandung)* Skripsi

Mochamad Mochklas, Siti Mukkarromah and Siti Maro'ah”*Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Baju Senam Grosir.com* “ (Jurnal Eksekutif, 15.2.2018),

Nurfaizi, Muhamad (2022), *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen (Studi Kasus PT. Mandala Karya Cilegon)*, Skripsi

Rino Elda Krismanto (2019), *Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Toffee Pekan Baru Dalam Menarik Minat Pelanggan* Jurnal

**Sumber Internet :**

[https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=6&id\\_subkategori=554&tahun\\_awal=2019&tahun\\_akhir=2023&brand1=Excelso%20Coffee&brand2=Starbucks&brand3=The%20Coffee%20Bean%20&%20Tea%20Leaf](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=554&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Excelso%20Coffee&brand2=Starbucks&brand3=The%20Coffee%20Bean%20&%20Tea%20Leaf) Top Brand

Awards

diases pada 27 Juli 2023

<https://kopidewa.com/> Kopidewa, Sejarah Starbucks Yang Menjadi Kopi Dunia diakses pada

kopidewa.com pada tanggal 26 Juli 2023 diakses pada Starbucks website company

(<http://www.starbucks.com/about-us/company-information/timeline>). Diakses pada 26 Juli 2023

pukul 17:05 WIB

Starbucks Company profile, The Starbucks Story

<https://stories.starbucks.com/press/2019/company-profile/> diakses pada 26 Juli 2023

Starbucks Website (<http://www.starbucks.co.id/about-us/>) diakses pada 26 Juli 2023



**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, 7806700 (Hunting) Fax: 7802718, 7802719  
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : [febanus49@gmail.com](mailto:febanus49@gmail.com)

#### PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 223/D/X/2023

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

Nama Dosen : **Dra. Masnah, M.Si.**

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

Nama Mahasiswa : Marcian Emilia Evran  
Nomor Pokok : 193516516597  
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, Selasa, 4 Maret 2023  
Dekan,



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

Tembusan :

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

## Lampiran II : Formulir 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 Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu Jakarta 12520 Telp. (021) 78831307, 7886700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719  
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : [febmas49@gmail.com](mailto:febmas49@gmail.com)

### KONSULTASI BIMBINGAN

**Npm** : 193516516597  
**Nama** : MARCIAN EMILIA EVRAN  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Konsentrasi** : Hubungan Masyarakat

### KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
22 October, 2022	assalamualaikum bu masnah sekian seminar proposal saya, mohon feedbacknya bu. terima kasih	Sudah Ditanggapi
22 October, 2022	strategi marketing public relation pt. wook global technology dalam mempromosikan produk di media sosial instagram	Sudah Ditanggapi
22 October, 2022	strategi marketing public relation pt. wook global technology dalam mempromosikan produk di media sosial instagram	Sudah Ditanggapi
22 October, 2022	strategi marketing public relation pt. wook global technology dalam mempromosikan produk di media sosial instagram	Sudah Ditanggapi

### KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
29 July, 2023	perbaiki bab i perbaiki latar belakang masalah perlu menambahkan kompetitor starbucks coffee dengan coffe shop lain perlu menambahkan ada berapa gerai starbucks di jakarta	Sudah Ditanggapi
29 July, 2023	perbaiki bab ii perlu menambahkan foot note perbaiki teknik penulisan perlu menambahkan spasi penulisan	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
29 July, 2023	perbaikan teori dan praktek dilapangan perbaikan bab iii metedologi penelitian perlu menambhakan kelebihan penelitian saya dengan penelitian terdahulu	Sudah Ditanggapi
29 July, 2023	melanjutkan pengerjaaan bab iv perlu menambhakan table jadwal wawancara koreksi kerangka pemikiran	Sudah Ditanggapi
29 July, 2023	membuat naskah wawancara melanjutkan sesi wawancara perbaikan teknik penulisan	Sudah Ditanggapi
29 July, 2023	perbaikan observasi perlunya penambahan objek dan subjek penelitian perlunya menambhakan linforman	Sudah Ditanggapi
1 August, 2023	revisi bab 4 teknik penulisan revisi abtrak	Sudah Ditanggapi
1 August, 2023	revisi abstrak revisi pemablasan revisi kesimpulan perlu mempersingkat point point dari teori yang ada	Sudah Ditanggapi

**LAMPIRAN III**  
**TRANSKIP WAWANCARA**  
**Transkrip Wawancara Key Informan**

**INFORMAN PERTAMA**

1. Identitas Informan

Nama : Lia Faradilah  
Usia : 32 tahun  
Jabatan : Store Manager Starbucks Menara FIF  
Tanggal Wawancara : 27 Juli 2023  
Waktu Wawancara : 14:00 - 14:30 WIB  
Tempat Wawancara : Starbucks Coffee Menara FIF, Jalan TB Simatupang Kav 15 Cilandak Jakarta,

II Pertanyaan dan Jawaban :

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana kualitas produk yang dimiliki Starbucks Coffee Menara FIF?	Produk dari Starbucksnya sendiri, karena kita menyiapkan produk-produk yang qualitynya bagus. Contohnya biji kopi yang ada di Starbucks Coffee semuanya sudah terfilter kualitas nya. Lalu kita juga pake susu yang bagus terus ada beberapa produk yang memang import dari luar negeri (Seattle, Washington DC, Amerika Serikat)
2.	Bagaimana cara Starbucks Coffee Menara FIF meningkatkan kualitas	Proses penentuan harga di Starbucks itu, sebetulnya sama seperti di banyak perusahaan lain yang melibatkan pertimbangan beberapa faktor kunci, di

	<p>pada produknya?</p>	<p>antaranya adanya pemilihan biaya produksi dan bahan baku. Starbucks pastinya mempertimbangkan biaya produksi dan bahan baku yang digunakan untuk menyajikan produk kopi dan minuman lainnya. Ini meliputi harga biji kopi, susu, sirup, dan bahan lain yang digunakan dalam proses pembuatan minuman. Terus juga ada pertimbangan analisis pasar dan persaingan yaitu Starbucks melakukan analisis pasar untuk memahami permintaan dan preferensi pelanggan serta mengidentifikasi harga yang bersaing dengan merek sejenis lainnya di wilayah yang sama. Terus satu lagi, persepsi nilai produk yang artinya harga produk di Starbucks juga dipengaruhi oleh brand yang kita punya. Merek Starbucks memiliki citra premium dan pengalaman yang dianggap eksklusif oleh kebanyakan pelanggan, yang memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga lebih tinggi daripada merek kopi lain</p>
<p>3.</p>	<p>Bagaimana cara Starbucks Coffee Menara FIF bersaing soal harga di pasaran?</p>	<p>Proses penentuan harga di Starbucks itu, sebetulnya sama seperti di banyak perusahaan lain yang melibatkan pertimbangan beberapa faktor kunci, di antaranya adanya pemilihan biaya produksi dan bahan baku. Starbucks pastinya mempertimbangkan biaya produksi dan bahan baku yang digunakan untuk</p>

		<p>menyajikan produk kopi dan minuman lainnya. Terus juga ada pertimbangan analisis pasar dan persaingan yaitu Starbucks melakukan analisis pasar untuk memahami permintaan dan preferensi pelanggan serta mengidentifikasi harga yang bersaing dengan merek sejenis lainnya di wilayah yang sama. Terus satu lagi, persepsi nilai produk yang artinya harga produk di Starbucks juga dipengaruhi oleh brand yang kita punya. Merek Starbucks memiliki citra premium dan pengalaman yang dianggap eksklusif oleh kebanyakan pelanggan, yang memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga lebih tinggi daripada merek kopi lain</p>
<p>4.</p>	<p>Jenis promosi seperti apa saja yang disediakan Starbucks Coffee Menara FIF dalam mempertahankan loyalitas pelanggan?</p>	<p>Promo yang ditawarkan biasanya beragam dan setiap harinya berbeda- beda ya, ada BCA Promotion, ada Buy one Get One dari aplikasi LINE, ada Tumbler Day jadi setiap customer yang datang bawa tumbler dia dapat potongan 50% dengan Starbucks Card,</p>
		<p>sama terakhir promo beli paket makanan Tasty Tuesday setiap hari Selasa</p>

5.	Seberapa berpengaruh pemilihan tempat atau lokasi gerai terhadap loyalitas pelanggan?	Lokasi tempat kita tuh dekat sekali dengan public space yang lain, sebelah kanan kita adalah RS Siloam, di sebelah kiri dekat dengan MRT dan halte Busway Lebak Bulus dan tempat kita iu depan jalan raya langsung jadi pas banget buat naikin sales
6.	Bagaimana peran people (barista) dalam komunikasi pemasaran yang dilakukan Starbucks Menara FIF dalam mempertahankan pelanggan setia ?	Kalau di toko sendiri baristanya memang, mereka selalu friendly ke customer - customer yang datang apalagi kalo di office itu customernya dia lagi dia lagi tuh jadi kita udah pasti kenal nama dan udah hafal sama minuman yang dia pesen. Terus juga di Starbucks itu kan terkenal dengan hospitality atau keramahtamahan baristanya jadi kita memang harus melakukan hal tersebut, seperti ramah ke customer, nah dari situ membuat customernya jadi nyaman dan juga bisa balik lagi terus menerus
7.	Bagaimana standarisasi proses pemesanan sampai minuman siap disajikan dan pelanggan merasa kepada	Starbucks Menara FIF tentunya punya standarisasi pelayanan yang kita kasih ke customer, seperti standarisasi resep. Kita harus memastikan bahwa

	<p>pelanggan di gerai Starbucks Coffee Menara FIF?</p>	<p>customer kita punya pengalaman rasa minuman yang sama di seluruh gerai kita. Jadi kita harus make sure kalo resep yang kita punya gak berubah atau bisa dibilang kita mesti konsisten sama standarisasi resep kita. Buat cleaning area juga kita punya standar sendiri namanya 10 minutes timer, jadi setiap barista yang ada di bar mereka set timer selama 10 menit buat berada di bar, setelah timer berbunyi mereka rutin melakukan cleaning area. Jadi kebersihan toko selalu terjaga dengan sistem yang kita terapkan.</p>
<p>8.</p>	<p>Apa saja fasilitas yang disediakan Starbucks Coffee Menara FIF dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan yang datang?</p>	<p>Pastinya fasilitas kita kasih nyaman dan se-cozy mungkin buat pelanggan yang datang. Adanya AC, wi-fi yang kencang, musik yang tenang, pencahayaan yang pas udah diberikan Starbucks Coffee Menara FIF biar pelanggan bisa berlama -lama disini sehingga bisa melakukan repurchase produk kita</p>
<p>9.</p>	<p>Bagaimana hasil yang sudah diterapkan Starbucks Coffee Menara FIF? Apakah pelanggan akhirnya melakukan pembelian ulang ?</p>	<p>Kami melihat bahwa ternyata dengan awal - awal yang datang hanya sedikit pelanggan tetapi dengan menggunakan komunikasi pemasaran yang kita gunakan saya dapat melihat pelanggan satu persatu melakukan second service dan membawa teman untuk membeli produk kami. Banyak pelanggan yang melakukan second service atau pembelian kedua dikarenakan mereka menggunakan promo</p>
		<p>yang ada serta ingin memasukan poin Starbucks Rewards lewat aplikasi mereka</p>

## INFORMAN KEDUA

### I. Jadwal Wawancara

Nama : Rafiudin Kamil  
Usia : 28 tahun  
Jabatan : Supervisor Starbucks Menara FIF  
Tanggal Wawancara : 25 Juli 2023  
Waktu Wawancara : 20:00 - 20:30 WIB  
Tempat Wawancara : Starbucks Coffee Menara FIF, Jalan TB Simatupang Kav 15 Cilandak Jakarta,

### II. Pertanyaan Penelitian :

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah bahan dasar produk Starbucks Coffee Menara FIF memiliki kualitas produk yang baik ?	Susu yang kita gunakan juga susu premium merk Greenfields dan Milk Life, dilihat dari harga kompetitor lain susu yang kita pakai termasuk susu mahal karena memang susu yang digunakan harus barista choice sehingga akan menghasilkan kualitas susu yang baik saat di steam
2.	Bagaimana cara Starbucks Coffee Menara FIF bersaing soal harga di pasaran?	Untuk harga bukan staff toko yang menentukan ya tetapi kita ikut arahan dan SOP dari kantor pusat,

		pastinya pertimbangan tinggi rendahnya harga sudah disesuaikan dengan riset yang dilakukan sehingga perusahaan kita punya harga ideal yang akan diberikan kepada pelanggan
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.	Bagaimana cara Starbucks Coffee Menara FIF bersaing soal harga di pasaran?	Untuk harga bukan staff toko yang menentukan ya tetapi kita ikut arahan dan SOP dari kantor pusat, pastinya pertimbangan tinggi rendahnya harga sudah disesuaikan dengan riset yang dilakukan sehingga perusahaan kita punya harga ideal yang akan diberikan kepada pelanggan
4.	Jenis promosi seperti apa saja yang disediakan Starbucks Coffee Menara FIF dalam mempertahankan loyalitas pelanggan selain promosi lewat aplikasi LINE, Bank BCA dan Instagram?	Gak cuma datang langsung, tapi pelanggan setia juga sering order minuman lewat Delivery kami, soalnya banyak promo juga disana. Kebanyakan yang order lewat sistem delivery juga adalah pelanggan setia karena nama yang order sudah sering kita tahu karena mereka sering beli setiap hari. Yang order orang-orang yang kerja di gedung ini juga soalnya
5.	Seberapa berpengaruh pemilihan tempat atau lokasi gerai terhadap loyalitas pelanggan?	Lokasi nya dipusat kota, jadi bukan cuma customer dari gedung Menara FIF aja yang kesini, lumayan ngaruh ke salesnya tapi gak banyak

6.	<p>Bagaimana peran people (barista) dalam komunikasi pemasaran yang dilakukan Starbucks Menara FIF dalam mempertahankan pelanggan setia ?</p>	<p>Kalau untuk barista udah harus dituntut menjadi ramah ya, seperti saat kita kasih minuman ke customer harus senyum, welcoming mereka dateng ke toko, say sorry kalo customer complain dan itu semua kita lakukan demi menjadi brand image kita. Karena kita bukan hanya jualan produk tapi kita harus konsisten juga dalam membangun citra perusahaan Starbucks supaya bisa dipandang punya pelayanan yang oke buat customer</p>
7.	<p>Bagaimana standarisasi proses pemesanan sampai minuman siap disajikan dan pelanggan merasa kepada pelanggan di gerai Starbucks Coffee Menara FIF?</p>	<p>Waktu penyajian juga penting buat kita, karena standarisasi kita itu harus bisa menyajikan 1 minuman dalam waktu 2 menit. Jadi biar customer juga gak kelamaan nunggu di pick up barnya, sehingga mereka merasa puas dengan pelayanan yang ada. Kita juga punya standarisasi pelayanan di kasir. Dalam artian kita punya mandatory script untuk tender customer kaya kita say hello, nawarin for here atau take away, nawarin aplikasi Starbucks Reward buat payment nya sama selling add on juga</p>
8.	<p>Apa saja fasilitas yang disediakan Starbucks Coffee Menara FIF dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan yang datang?</p>	<p>Kita kasih fasilitas ternyaman kita buat customer biar mereka bisa nyaman selama di Starbucks Coffee Menara FIF</p>
9.	<p>Bagaimana hasil yang sudah diterapkan Starbucks Coffee Menara FIF? Apakah pelanggan akhirnya melakukan pembelian ulang ?</p>	<p>Untuk second service sendiri disini terbilang banyak karena kenyamanan pelanggan sudah tersedia di toko kami</p>

10.	Apakah dengan komunikasi pemasaran tersebut pelanggan akan merekomendasikan kepada temannya?	Iya, Karena pelanggan udah dapet apa yang mereka mau ya, jadi udah sangat puas dengan komunikasi pemasaran yang kita pakai makanya mereka jadi ngajak temen buat ikutan beli
-----	----------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### INFORMAN KETIGA

#### III. Jadwal Wawancara

Nama : Gerald Miero  
 Usia : 28 tahun  
 Jabatan : Pelanggan Setia Starbucks Menara FIF  
 Lama Menjadi Pelanggan Setia : 2 tahun terakhir  
 Tanggal Wawancara : 27 Juli 2023  
 Waktu Wawancara : 16:00 - 16:30 WIB  
 Tempat Wawancara : Starbucks Coffee Menara FIF, Jalan TB Simatupang Kav 15 Cilandak Jakarta,

#### III. Pertanyaan dan Jawaban :

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama menjadi pelanggan setia Starbucks Coffee Menara FIF?	Udah dari tahun 2021

2.	Bagaimana kualitas produk yang dimiliki Starbucks Coffee Menara FIF berdasarkan pengalaman anda?	Enaknya disini itu ada berbagai pilihan biji kopi selain itu bisa di custom juga minumannya sesuai selera dan kreasi kita. Bahkan kadang - kadang saya juga minta rekomendasi minuman yang enak apa untuk hari ini
----	--------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.	Bagaimana menurut anda tentang harga yang ditawarkan Starbucks Coffee Menara FIF berkaitan dengan produknya sendiri dan perbandingan dari coffee shop lain?	Harganya memang lebih pricey dibanding coffee shop lain tapi pastinya ada harga ada kualitas dan saya percaya bahwa ingredients yang Starbucks punya enggak ecek ecek
4.	Promosi apa saja yang Starbucks Coffee Menara FIF berikan kepada anda?	Banyak, tiap hari beda - beda, ada yang dari LINE sampe Starbucks Rewards
5.	Promosi apa yang paling anda sukai ?	Paling suka promo Buy one Get One jadi bisa sharing ke teman dengan harga murah
6.	Apakah lokasi dan tempat Starbucks Coffee Menara FIF dapat dijangkau dan memiliki akses yang mudah ?	Lokasi tokonya strategis, persis di lobby gedung jadi kalo dari mana - mana gampang
7.	Bagaimana <i>hospitality</i> yang dilakukan Starbucks Menara FIF dalam melakukan pelayanan kepada anda?	Pelayanan dari baristanya itu dulu sering banget bingung milih satu menu tapi untungya baristanya langsung kenal saya jadi mereka udah tau minuman saya apa, saya tinggal kasih tumbler trus mereka udah
		tau saya mau minum apa dan selain itu ada juga sih barista yang kalau ketemu ngajak ngobrol, ramah juga mereka. Saya jadi ngerasa punya pengalaman menyenangkan dan menarik aja gitu selama di Starbucks Menara FIF. <i>Over all</i> , pelayanannya (hospitality) oke sih

8.	Apakah anda merasa nyaman dengan proses pembelian yang terjadi di gerai Starbucks Menara FIF?	Proses pembelian di Starbucks ya biasa aja kayak pesen di coffee shop lain, cuma enak nya Starbucks tuh mereka buat minumannya termasuk cepet jadi saya gak perlu nunggu lama lama di pick up bar. Di Starbucks juga bisa self pick up delivey jadi enak bisa pesen dari jauh terus kalau minuman udah jadi tinggal ambil kebawah
9.	Apa saja fasilitas yang ditawarkan Starbucks Coffee Menara FIF yang membuat anda merasa diperhatikan kebutuhannya sebagai pelanggan setia ?	Untuk tempatnya sendiri nyaman ya, karena dibuat sedemikian rupa dari tata letak kursi dan mejanya lalu lampunya yang tidak terlalu terang sehingga cocok buat ngopi sambil kerja, ambience nya , selain itu juga musiknya di setel tidak terlalu kencang itu bikin nyaman sih. Tapi nggak enaknya kalau siang udah mulai banyak orang tapi wajar sih kalo emang banyak peminatnya juga kan. Udah gitu ada fasilitas wifi nya yang kencang. Oh iya sama di outdoor nya tidak ada colokan, jadi gabisa kerja buka laptop sambil ngopi
10.	Setelah anda mendapatkan semua pelayanan dan kenyamanan yang diberikan Starbucks COffee Menara FIF apakah anda akan melakukan pembelian ulang?	Pasti sih, pasti. Iya, saya akan beli lagi karena dekat lokasinya dan banyak promo

11.	Apakah anda akan merekomendasikan produk Starbucks Coffee Menara FIF kepada teman anda ?	Ya saya akan merekomendasikan produk ini ke temanteman saya, karena dengan adanya promo buy one get one saya bisa ajak teman saya, dan pada akhirnya teman - teman saya jadi suka ngopi di Starbucks padahal awalnya saya cuma ajakin buat nongkrong karena ada promo buy one get one lama - lama mereka malah lebih sering ke Starbucks daripada saya sendiri
12.	Apakah anda tidak jadi tertarik lagi untuk mencoba produk lain selain Starbucks Coffee Menara FIF?	Jujur sih ada keinginan mencoba produk lain tapi frekuensi nya saya lebih suka kesini pasti.



## INFORMAN KEEMPAT

### IV. Jadwal Wawancara

Nama : Brandon Halim  
Usia : 29 tahun  
Jabatan : Pelanggan Setia Starbucks Menara FIF  
Lama Menjadi Pelanggan Setia : 2,5 tahun terakhir  
Tanggal Wawancara : 27 Juli 2023  
Waktu Wawancara : 17:00 - 17:30 WIB  
Tempat Wawancara : Starbucks Coffee Menara FIF, Jalan TB Simatupang Kav  
15 Cilandak Jakarta,

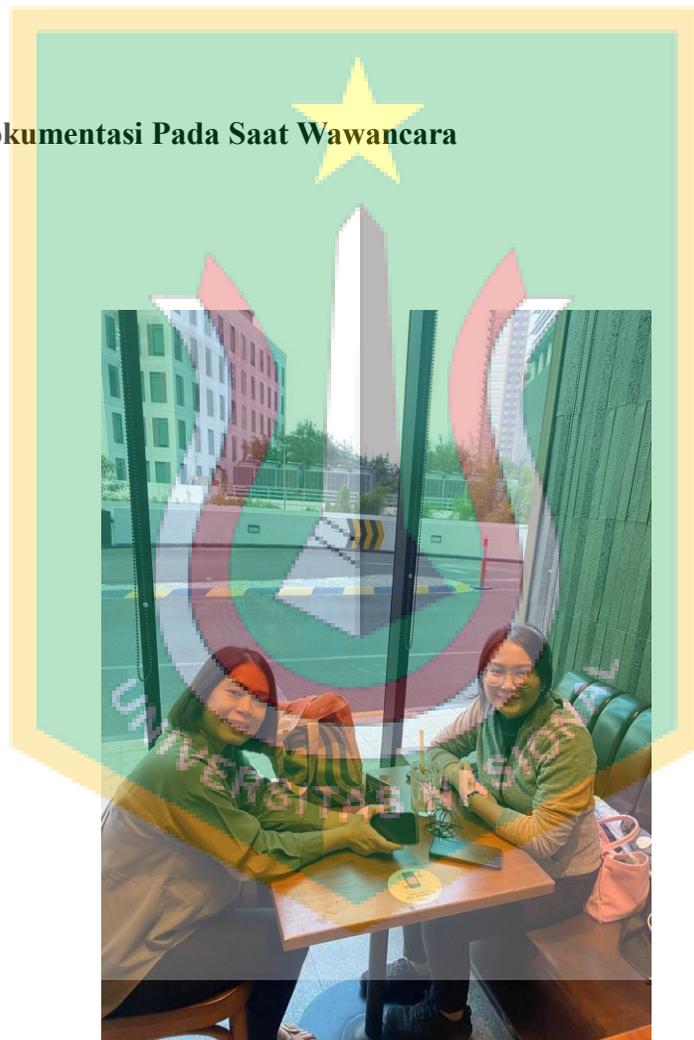
No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama menjadi pelanggan setia Starbucks Coffee Menara FIF?	Udah dari tahun 2020
2.	Bagaimana kualitas produk yang dimiliki Starbucks Coffee Menara FIF berdasarkan pengalaman anda?	Menunya ganti ganti terus jadi ga bosan dan punya banyak pilihan atau opsi pas bingung mau minum apa
3.	Bagaimana menurut anda tentang harga yang ditawarkan Starbucks Coffee Menara FIF berkaitan dengan produknya sendiri dan perbandingan dari coffee shop lain?	Jujur aja bahwa harga di Starbucks memang agak lebih tinggi daripada kafe atau tempat kopi lainnya. Namun, bagi saya, itu sepadan dengan kualitas produk dan hospitality yang ditawarkan, jadi saya gak masalah sih harus merogoh kocek besar buat secangkir kopi punya Starbucks
4.	Promosi apa saja yang Starbucks Coffee Menara FIF berikan kepada anda?	Hampir tiap hari saya pake promo Starbucks, tapi paling sering pake promo bawa tumbler sendiri.

5.	Promosi apa yang paling anda sukai ?	Paling suka tumbler day, karena selain dapat potongan 50%, juga sekaligus mendukung the environment karena mengurangi sampah plastik
6.	Apakah lokasi dan tempat Starbucks Coffee Menara FIF dapat dijangkau dan memiliki akses yang mudah ?	Lokasi tempat kita tuh dekat sekali dengan public space yang lain, sebelah kanan kita adalah RS Siloam, di sebelah kiri dekat dengan MRT dan halte Busway Lebak Bulus dan tempat kita iu depan jalan raya langsung jadi pas banget buat naikin sales
7.	Bagaimana <i>hospitality</i> yang dilakukan Starbucks Menara FIF dalam melakukan pelayanan kepada anda?	Di Starbucks baristanya ramah - ramah selalu welcome tiap kali customer masuk, wajah mereka juga selalu ceria, selalu ajak ngobrol setiap customer yang beli, beda banget sama staff coffee shop lainnya. Itu jadi point plus sih dari saya tiap kali inget <i>hospitality</i> yang diberikan oleh Starbucks Menara FIF., karena kita sebagai customer merasa diperhatikan sama kemauan kita sendiri tuh apa.
8.	Apakah anda merasa nyaman dengan proses pembelian yang terjadi di gerai Starbucks Menara FIF?	Beli produk di Starbucks alurnya lumayan enak ya, karena masuk ke toko nya langsung pesan di kasir, abis

		itu gak lama kemudian minuman udah jadi aja jadi ga perlu nunggu lama. Tiap ngopi disini juga enak soalnya meja selalu bersih karena baristanya selalu cleaning area
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

9.	Apa saja fasilitas yang ditawarkan Starbucks Coffee Menara FIF yang membuat anda merasa diperhatikan kebutuhannya sebagai pelanggan setia ?	Tempatnya sih oke banget, enak buat kerja sambil ngopi, buat meeting juga enak soalnya ada bangku panjang yang muat banyak orang, interior nya juga oke banget cocok buat yang pengen ngopi dengan suasana klasik gitu
10.	Setelah anda mendapatkan semua pelayanan dan kenyamanan yang diberikan Starbucks Coffee Menara FIF apakah anda akan melakukan pembelian ulang?	Saya akan melakukan pembelian ulang karena banyak promo terus tempatnya bagus cocok buat kerja, minumannya juga enak
11.	Apakah anda akan merekomendasikan produk Starbucks Coffee Menara FIF kepada teman anda ?	Karena minumannya yang enak dan tempatnya yang <i>cozy</i> , saya jadi menganjurkan tempat ini kepada teman-teman saya karena penawarannya menarik - menarik banget
12.	Apakah anda tidak jadi tertarik lagi untuk mencoba produk lain selain Starbucks Coffee Menara FIF?	Udah nyaman di Starbucks sih jadinya ga bisa coba kopi lain selain Starbucks

**Lampiran VI : Dokumentasi Pada Saat Wawancara**



Nama : Lia Faradilah (key informan)

Usia : 32 Tahun

Jabatan : Store Manager Starbucks Coffee Menara FIF

Tanggal Wawancara : 25 Juli 2023  
Waktu Wawancara : 14:00 - 14:30 WIB  
Tempat wawancara : Starbucks Coffee Menara FIF Jalan TB Simatupang Kav 15 Cilandak  
Jakarta,



Nama : Rafiudin Kamil (Informan Pendukung I)  
Usia : 28 Tahun  
Jabatan : Supervisor Starbucks Coffee Menara FIF  
Tanggal Wawancara : 25 Juli 2023  
Waktu Wawancara : 20:00 - 20::30 WIB  
Tempat wawancara : Starbucks Coffee Menara FIF Jalan TB Simatupang Kav 15 Cilandak  
Jakarta,



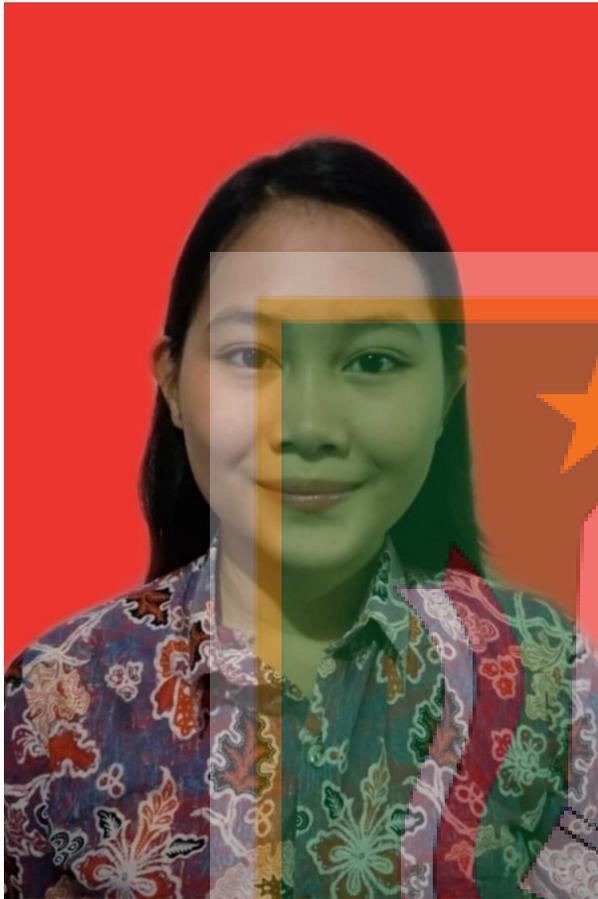
Nama : Geraldly Miero (Informan Pendukung II)  
Usia : 28 Tahun  
Jabatan : Pelanggan Setia Starbucks Coffee Menara FIF  
Tanggal Wawancara : 27 Juli 2023  
Waktu Wawancara : 16:00 - 16::30 WIB  
Tempat wawancara : Starbucks Coffee Menara FIF Jalan TB Simatupang Kav 15 Cilandak  
Jakarta,



Nama : Brandon Halim (Informan Pendukung III)  
Usia : 29 Tahun  
Jabatan : Pelanggan Setia Starbucks Coffee Menara FIF  
Tanggal Wawancara : 27 Juli 2023  
Waktu Wawancara : 17:00 - 17:30 WIB  
Tempat wawancara : Starbucks Coffee Menara FIF Jalan TB Simatupang Kav 15 Cilandak  
Jakarta



## Lampiran VII : Daftar Riwayat Hidup



Peneliti lahir di Jakarta, 02 Maret 2001, anak pertama dari tiga bersaudara, terlahir dengan nama Marcian Emilia Evran, Nomor Hanphone 085156614208. Rumah kediaman Di Jl. Kalibata Utara II No.73 Jakarta Selatan. Pendidikan dasar yang pernah ditempuh peneliti di SDN Cipinang Muara 05 Pagi dan lulus pada tahun 2013. Pendidikan menengah pertama ditempuh di SMPN 281 Jakarta, dengan jangka waktu tiga tahun, lulus pada tahun 2016. Pendidikan menengah atas ditempuh di SMA 17 Agustus 1945 Jakarta Selatan, dengan jangka waktu tiga tahun,

lulus

pada tahun 2019. Perguruan tinggi ditempuh di Universitas Nasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan program Studi Ilmu Komunikasi (Public Relation), sejak tahun 2019 sampai dengan sekarang. Pada masa perkuliahan peneliti mengikuti organisasi kampus yaitu

Unas

Radio sejak awal masuk perkuliahan selama 3 tahun.



tahap 1

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://etheses.iainponorogo.ac.id">etheses.iainponorogo.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://repository.iainkudus.ac.id">repository.iainkudus.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://eprints.kwikkiangie.ac.id">eprints.kwikkiangie.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://perpustakaan.pancabudi.ac.id">perpustakaan.pancabudi.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<1%
9	<a href="http://dspace.uii.ac.id">dspace.uii.ac.id</a> Internet Source	<1%





SURAT KETERANGAN  
PENDAMPING IJAZAH

Data SKPI

Laporan

DATA SKPI - UNIVERSITAS NASIONAL

Tambah Data SKPI

Nomor	Uraian Kegiatan	Uraian Kegiatan (In English)	Jenis Kompetensi	Skor	Dokumen	Status	Tools
1	how to handle and survive in creative industry during pandemic	how to handle and survive in creative industry during pandemic	KPL	300		Disetujui	✓
2	Innovation & Strategy public relations in pandemic & new normal	Innovation & Strategy public relations in pandemic & new normal	KPL	300		Disetujui	✓
3	Innovation and creativity of community relations in new adaptions	Innovation and creativity of community relations in new adaptions	KPL	300		Disetujui	✓
4	Sertifikat Seminar Virtual Public Speaking	Public Speaking Virtual Forum	KPL	200		Disetujui	✓
5	Seminar Trax Ambassador Hunt	Trax Ambassador Hunt	KPL	300		Disetujui	✓
6	Inspira Webinar Bank BRI	Inspira webinar bank BRI	KPL	200		Disetujui	✓

Jumlah Skor

KPP	:0
KPL	:1600
KPT	:0
Skor yang Disetujui	:1600