

## DAFTAR PUSTAKA

- Amatun, A., & Anwar, S. (2013). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Rumah Makan Embun Pagi Bengkulu* (Doctoral dissertation, Ekonomi UNIB).
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Asmajasari, Magdalena. 1997. *Study Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*, Malang : UMM Press.
- Belch, George E., Belch, Michael A. (2009). *Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communication Perspective (8th Edition)*, New York: McGraw-Hill.
- Bilson Simamora, 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Surabaya: Pustaka Utama.
- Cutlip, Scott M. Allen H, Center. Broom, Glen M. 2005. *Effective Public Relations*. Edisi 8. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Djaslim Saladin. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Duncan, Tom, 2002, *IMC Using Advertising & Promotion to Build Brands*, International.
- E. Kennedy, John. 2009. *Manajemen Event*. Jakarta. PT Bhuana Ilmu Populer.
- Gefriansyah, G., Majid, M. N., & Anita, E. 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Pada Usaha UMKM Di Kota Jambi (Studi Pada Exotis Coffee)* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Hamidi. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. UMM Pres

- Hananda, A. V. E., & Nirawati, L. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Cafe Rvang di Ketintang Surabaya. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 1(8), 742-753.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., .Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Junaedi, Fajar. (2013). *Komunikasi Massa Pengantar Teoritis*. Yogyakarta: Santusta.
- Kennedy, Jhon E & R. Dermawan Soemanagara.(2006). *Marketing Communication*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kennedy, John E. dan R. Dermawan Soemanagara. 2009. *Marketing Communication : Taktik & Strategi Cetak Ke-3*. Jakarta:PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kharina Triananda. Alasan Kian Merebaknya Kedai Kopi di Indonesia  
Sumber:<https://www.beritasatu.com/archive/206914/alasan-kian-merebaknya-kedai-kopi-di-indonesia>.
- Komaruddin Sastra Dipoea. 2003. *Manajemen Marketing*. Penerbit Kapa Sigma, Bandung.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Amstrong (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler,Philip.2003. *Marketing Management*, 11th Edition.Prentice Hall.Inc.New Jersey.

- Lubis. 2004. Asesmen berkelanjutan. *Konsep Dasar, Tahapan Pengembangan dan Contoh*. Surabaya: UNESA University Press.
- Miles, M.B & Huberman A.M. 1984, *Analisis Data Kualitatif. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi*. 1992. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, J. (2010), *Metodologi penelitian kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moore, Frazier. (2004). *Public relation: principles, cases, and problem*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.
- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nazir, Moh. 1985. *Metode Penelitian*, Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Pace, R. Wayne, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett. 1997. *Techniques for effective Communication*. Addison-Wesley.
- Rosianna, C., Febrina, C. S., Winanda, Y., & Fionasari, D. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Coffee Shop Teko Dalam Peningkatan Penjualan Pada Masa Covid-19 Di Kota Pekanbaru. *Research in Accounting Journal (RAJ)*, 1(3), 350-361.
- SARI, N., Kania, R., & Framanik, N. A. (2018). *Narasi Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop "Filosofi Kopi"* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Schultz, Don & Heidi Schultz. (2004). *IMC The Next Generation*, New York: McGraw Hill.

- Shimp, Terence A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*, South Western: Cengage Learning.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. 2001. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soendari, T. (2012). Pengujian keabsahan data penelitian kualitatif. *Bandung: Jurusan PLB Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wells, Burnett; Moriarty. 2003. *Advertising Principles and Practice*. cet VI, Prentice Hall.
- Widiawati, K. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Bintang Empat Meraih Pelanggan. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(1), 63-74.
- Wiryanto, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Grasindo.
- Zevi, I. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

# LAMPIRAN 1

## TRANSKIP WAWANCARA

### KEY INFORMAN

Nama Lengkap : Naba Amanda Bilal

Pekerjaan : *Marketing Manager* Kopimana27 Tebet

Waktu wawancara : 05 Oktober 2022

Tempat wawancara : *Cafe* Kopimana27 Tebet

### MATERI WAWANCARA

|            |  |
|------------|--|
| Penulis    | : “Apakah ada segmentasi tersendiri untuk konsumen Kopimana27 Tebet mba?”  |
| Narasumber | : “Kalau tentang segmentasi pasar, disini kami lebih tertuju untuk wilayah Jakarta Selatan, mengingat <i>cafe</i> kami letaknya di Jakarta Selatan, tapi kami juga sangat mengharapkan konsumen yang berada di wilayah lain, di luar Jakarta Selatan. Selain itu konsumen <i>cafe</i> kami mayoritas adalah laki-laki dan perempuan dengan kisaran umur 16-45 tahun. Dan kami juga mengedepankan pada sikap dan gaya hidup konsumen pada masa sekarang”. |
| Penulis    | : “Kalau untuk target pasarnya sendiri gimana mba?”  |
| Narasumber | : “Target pasarnya kalau kita paling kaya para pelajar seperti anak SMA, mahasiswa, dan juga pegawai kantor. Tapi saat ini <i>cafe</i> kami juga sudah di minati untuk tempat berkumpulnya yang mengadakan arisan, serta tempat berkumpul keluarga”.   |

|            |  |
|------------|--|
| Penulis    | : “Apa sih mba yang membedakan <i>cafe</i> ini dengan <i>cafe</i> lain?”   |
| Narasumber | : “Kalau di <i>cafe</i> kami tuh lebih mengedepankan pada cita rasa dan kualitas kopinya yang berbeda dari <i>cafe-cafe</i> lain, seperti menggunakan biji kopi pilihan dan juga disajikan oleh barista yang handal. Selain itu kami juga membuat konsep <i>instagramable</i> biar para konsumen tuh suka dan juga nyaman, terus mereka juga bisa foto-foto karena tempatnya yang unik. Terus kami juga memberikan fasilitas yang lengkap kaya ada buku, koran, gitar, <i>tv</i> , <i>free wifi</i> , mushola, <i>hydra</i> , tempat parkir, tempat helm, tempat payung, <i>toilet</i> , colokan untuk <i>me-charge</i> di setiap tempat duduk, dan <i>smoking area</i> ”. |
| Penulis    | : “Apa dan bagaimana strategi promosi Kopimana27 Tebet dalam menarik konsumen?”  |
| Narasumber | : “Kami menggunakan <i>instagram</i> , <i>facebook</i> , dan <i>tiktok</i> untuk mempromosikan <i>cafe</i> kami dan juga produk yang ada di <i>cafe</i> . Karena sekarang <i>instagram</i> lagi <i>trend</i> banget, pasti semua punya <i>instagram</i> . Terutama kalangan anak muda. Nah kalau <i>facebook</i> kami juga masih pake, mengingat sampe sekarangpun <i>facebook</i> masih diminati sama masyarakat kita, ya walaupun <i>facebook</i> tidak seramai dulu sih dan kami baru beberapa bulan ini juga menggunakan <i>tiktok</i> .”  |
| Penulis    | : “Kalo boleh tau, apa nama profil <i>account</i> dari medsos yang tadi di sebutkan?”  |
| Narasumber | : “Kalau untuk <i>facebook</i> nya di kopimana27, <i>instagram</i> nya kita ada di kopimana27, <i>tiktok</i> kopimana27 nah kalau untuk <i>website</i> sendiri <a href="http://www.kopimana27.com">www.kopimana27.com</a> . Jadi ini <i>website</i> sudah mencakup semua informasi tentang <i>cafe</i> kami”.  |
| Penulis    | : “Jadi dalam satu <i>website</i> ini sudah mencakup semua informasinya ya mba?”   |

|            |   |
|------------|---|
| Narasumber | : “Iya di <i>website</i> justru kami lebih lengkap memberikan informasi tentang <i>cafe</i> kami. Seperti produk apa saja yang kami jual dengan disertai menu harga. Banyak foto-foto dokumentasi <i>cafe</i> kami. Informasi fasilitas yang ada di <i>cafe</i> kami. Pokoknya lengkap banget deh di <i>website</i> itu”. |
| Penulis    | : “Kalau untuk promo <i>cafe</i> nya gimana mba?”   |
| Narasumber | : “Semua promo kita infoin di akun <i>instagram</i> , biasanya sih kita kasih promo spesial ke konsumen”.   |
| Penulis    | : “Bagaimana pihak Kopimana27 Tebet melakukan pemasaran langsung ke konsumen?”  |
| Narasumber | : “Cara pelayanan kami ke konsumen dari menyambut baik dengan menyapa konsumen yang baru datang dan kami biasanya langsung menawarkan menu-menu terbaru dan juga menu <i>best seller</i> sekaligus kami memberi informasi mengenai fasilitas yang ada di <i>cafe</i> ”.   |
| Penulis    | : “Kalau pemasaran langsung di media sosialnya bagaimana mba?”  |
| Narasumber | : “Iya, kami juga menggunakan pemasaran langsung melalui media sosial, kami menggunakan <i>instagram</i> . Karena kalau di <i>instagram</i> kita bisa berinteraksi langsung dengan calon konsumen atau konsumen. Seperti konsumen tuh bisa langsung komen dikolom komentar sehabis kita posting sesuatu”.                 |
| Penulis    | : “Menu makanan dan minuman yang <i>best seller</i> disini apa ya mba?”   |
| Narasumber | : “Kalau untuk makanan disini sih <i>best seller</i> -nya pasta <i>andhap ansor</i> dan bekel adek kalau untuk minumannya es kopi buatan istri dan kopi dangdut”.   |

|            |   |
|------------|---|
| Penulis    | : “Apakah dalam melakukan pemasaran Kopimana27 Tebet melakukan media periklanan? Jika iya bisa dijelaskan media apa saja yang digunakan mba?”   |
| Narasumber | : “Iya disini memasang logo atau papan nama di depan <i>cafe</i> agar orang tau keberadaan <i>cafe</i> kami. Selain itu kami memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan <i>cafe</i> sekaligus mempromosikan produk <i>cafe</i> kami. Media sosial yang digunakan itu <i>instagram</i> , <i>facebook</i> , <i>tiktok</i> dan juga <i>website</i> ”.          |
| Penulis    | : “Bagaimana cara Kopimana27 Tebet dalam menggunakan <i>word of mouth</i> , atau dari mulut ke mulut tersebut?”   |
| Narasumber | : “Biasanya sih kalau ada konsumen yang udah pernah dateng kesini, lalu mereka merekomendasikan ke temen-temennya tentang <i>cafe</i> ini”.   |
| Penulis    | : “Apakah Kopimana27 Tebet sudah pernah melakukan <i>event</i> ? Contoh <i>event</i> yang sudah pernah dilakukan itu apa saja?”   |
| Narasumber | : “Belum pernah mengadakan <i>event</i> , tapi rencana kami sih pengennya dalam waktu dekat ini akan mengadakan <i>event</i> ”.   |
| Penulis    | : “Bagaimana cara <i>marketing</i> di <i>cafe</i> ini dalam menghadapi pesaing <i>cafe</i> lain?”   |
| Narasumber | : “Iya kita sih lebih melakukan persaingan yang sehat. Kita tetap fokuskan untuk lebih meningkatkan kualitas makanan, minuman di <i>cafe</i> ini. Dan juga tempat harus selalu bersih untuk menambah nilai dari konsumen. Kan kalo tempatnya nyaman, bersih pasti konsumen juga bakal betah di <i>cafe</i> ini dan akan kembali lagi besok ke <i>cafe</i> ini”. |



## LAMPIRAN 2

### TRANSKIP WAWANCARA

#### INFORMAN I

Nama Lengkap : Didi Efay

Pekerjaan : *Founder* Kopimana27 Tebet

Waktu wawancara : 05 Oktober 2022

Tempat wawancara : *Cafe* Kopimana27 Tebet

#### MATERI WAWANCARA

|            |  |
|------------|--|
| Penulis    | : “Kopimana27 Tebet berdiri sejak tahun berapa?”   |
| Narasumber | : “Tahun 2015”.  |
| Penulis    | : “Kenapa di beri nama “Kopimana27?” terinspirasi dari istilah apa?”   |
| Narasumber | : “Kopimana terinspirasi dari bahasa papua timur “Kopi mana artinya kau (ko) pergi ke mana?, kopimana dan 27 nya itu sendiri dari tanggal berdirinya Kopimana27 yang bersamaan dengan isra miraj”.   |
| Penulis    | : “Kopimana27 Tebet berlokasi dimana?”   |
| Narasumber | : “Jl. Dr. Soepomo No.45, Tebet, Jakarta Selatan”.   |
| Penulis    | : “Fasilitas apa saja yang disediakan di Kopimana27 Tebet?”  |
| Narasumber | : “Fasilitas lengkap seperti buku, koran, gitar, <i>tv</i> , <i>free wifi</i> , <i>mushola</i> , <i>hydra</i> , tempat parkir, tempat helm, tempat payung, <i>toilet</i> , colokan untuk <i>me-charge</i> di setiap tempat duduk, dan <i>smoking area</i> ”. |

|            |   |
|------------|---|
| Penulis    | : “Apa Visi Kopimana27 Tebet?”  |
| Narasumber | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memajukan perkopian Indonesia di dunia internasional.</li> <li>• Memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memberikan pelayanan, suasana, serta menu makanan dan minuman terbaik.</li> </ul>  |
| Penulis    | : “Apa Misi Kopimana27 Tebet?”  |
| Narasumber | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyajikan hidangan kopi dengan cita rasa yang khas dan nikmat, dengan menggunakan kopi dari biji kopi pilihan yang berkualitas.</li> <li>• Menyediakan pilihan menu makanan unik dan minuman (<i>coffee/non coffee</i>) yang lengkap dan bervariasi.</li> <li>• Menjalani persahabatan atau pertemanan dengan para konsumen.</li> </ul> |
| Penulis    | : “Apakah ada struktur organisasi di Kopimana27 Tebet?”   |
| Narasumber | : “Ada, Didi Efay sebagai <i>Founder</i> Kopimana27 Tebet, Naba Amanda Bilal sebagai <i>Marketing Manager</i> Kopimana27 Tebet, dan Aulia Maulana Hadian sebagai Barista Kopimana27 Tebet”.   |

## LAMPIRAN 3

### TRANSKIP WAWANCARA

#### INFORMAN II

Nama Lengkap : Aulia Maulana Hadian

Pekerjaan : *Barista Kopimana27* Tebet

Waktu wawancara : 05 Oktober 2022

Tempat wawancara : *Cafe Kopimana27* Tebet

#### MATERI WAWANCARA

|            |   |
|------------|---|
| Penulis    | : “Apa saja media periklanan yang digunakan <i>cafe</i> ini dalam menarik konsumen?”  |
| Narasumber | : “Kalau periklanan disini sih pakenya <i>instagram</i> , <i>facebook</i> , dan <i>tiktok</i> , tapi kami lebih fokus pada <i>instagram</i> , karena sekarang kan <i>instagram</i> lagi <i>nge-trend</i> dari pada <i>facebook</i> dan beberapa bulan ini baru menggunakan <i>tiktok</i> ”. |
| Penulis    | : “Bagaimana penjualan personal di <i>cafe</i> ini kak?”  |
| Narasumber | : “Pada saat melaksanakan penjualan personal melalui digital, kami menggunakan <i>whatsapp</i> untuk komunikasi langsung dengan konsumen pada saat pemesanan”.  |
| Penulis    | : “Nah itu bagaimana cara prosesnya menggunakan <i>whatsapp</i> ?”  |
| Narasumber | : “Pemesanan <i>online</i> bisa lewat <i>whatsapp</i> kak, nanti kita kasih <i>link</i> menu, disitu sudah tertera menu-menu nya, abis itu kakak bisa langsung <i>order</i> aja”.   |

|            |  |
|------------|--|
| Penulis    | : “Pernah nyebar <i>brosur</i> atau pamflet ga?”   |
| Narasumber | : “Belum pernah kak, karena sekarang kan lebih ke media sosial mengikuti perkembangan zaman”.  |
| Penulis    | : “Kalau untuk promosi penjualannya gimana kak?”   |
| Narasumber | : “Kalau untuk promosi penjualannya, kami pakai media sosial sih, kaya <i>instagram</i> , <i>facebook</i> , dan <i>tiktok</i> jadi promosinya hanya lewat <i>instagram</i> , <i>facebook</i> , dan <i>tiktok</i> aja, berupa promo spesial”. |
| Penulis    | : “Bagaimana Kopimana27 Tebet dalam melakukan pemasaran langsung ke konsumen?”   |
| Narasumber | : “Kalau untuk pemasaran langsung kita disini pakai <i>instagram</i> , jadi misalnya kita upload postingan, nanti konsumen bisa langsung komen dikolom komentar”.  |
| Penulis    | : “Makanan <i>best seller</i> disini apa?”   |
| Narasumber | : “Disini sih sebenarnya bisa di bilang <i>best seller</i> semua, tapi yang paling <i>best seller</i> sih pasta <i>andhap anshor</i> dan bekel adek”.  |
| Penulis    | : “Minuman <i>best seller</i> disini apa?”   |
| Narasumber | : “Sama juga sih kak, semua minuman disini enak-enak, tapi yang paling <i>best seller</i> es kopi buatan istri dan es kopi dangdut”.   |
| Penulis    | : “Kalau dalam melakukan promosi kepada konsumen itu gimana kak?”  |
| Narasumber | : “Biasanya kami pakai <i>instagram</i> untuk mempromosikan produk-produk kami yang lagi promo (promo yang sedang berlangsung)”.   |
| Penulis    | : “Kalau ngadain promo yang paling rame promo apa itu  |

|            |   |
|------------|---|
|            | kak?"   |
| Narasumber | : "Yang paling rame itu biasanya promo spesial, pasti orang-orang pada suka. Karena kan jadi lebih murah bayarnya". |

**LAMPIRAN 4**  
**TRANSKIP WAWANCARA**

**INFORMAN III**

Nama lengkap : Ady Yudistira

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Waktu wawancara : 05 Oktober 2022

Tempat wawancara : *Cafe* Kopimana27 Tebet

**MATERI WAWANCARA**

|            |  |
|------------|--|
| Penulis    | : “Darimana anda mengetahui adanya Kopimana27 Tebet ini?”  |
| Narasumber | : “Pertama aku tau <i>cafe</i> ini ya dari <i>instagram</i> , waktu itu aku lagi nyari tempat <i>hangout</i> yang deket rumah, yang suasananya enak gitu, terus aku cari di wilayah Jakarta Selatan ketemulah Kopimana27 Tebet, langsung aku cek <i>instagram</i> nya, eh ternyata aku langsung tertarik”. |
| Penulis    | : “Melalui media apa anda mendapat informasi tentang Kopimana27 Tebet?”  |
| Narasumber | : “Dari <i>instagram</i> , saya juga <i>follow instagram</i> Kopimana27 Tebet, biar tau info-info terbaru di <i>cafe</i> ini”.   |
| Penulis    | : “Apa yang membuat anda tertarik untuk menjadi konsumen Kopimana27 Tebet?”  |
| Narasumber | : “Tempatnya nyaman, disini enak buat, kumpul-kumpul bareng temen, selain itu disini juga makanan sama   |

|            |  |
|------------|--|
|            | minumannya enak-enak sih, terus juga ada <i>wifi</i> gratis disini. Jadi makin betah deh”.   |
| Penulis    | : “Berapa lama anda sudah menjadi konsumen Kopimana27 Tebet ini?”  |
| Narasumber | : “Ya adalah 6 bulanan kak, hampir setiap bulan saya selalu main kesini, buat ngumpul-ngumpul”.  |
| Penulis    | : “Apa saja menu makanan dan minuman yang biasa anda pesan disini?”  |
| Narasumber | : “Kalau untuk makannya saya paling suka pasta <i>andhap anshor</i> , itu enak banget sih kak pastinya dan kalau minumannya paling sering di beli es kopi buatan istri karena <i>best seller</i> banget disini”. |
| Penulis    | : “Menurut anda, kisaran harga yang ditentukan sudah sesuai atau belum?”   |
| Narasumber | : “Sudah si kak, karena kan disini makanan sama minumannya juga enak-enak ya, ya sesuai lah sama harganya”.  |
| Penulis    | : “Apa saja fasilitas yang telah disediakan oleh Kopimana27 Tebet dan apakah ada yang harus ditambahkan?”  |
| Narasumber | : “Untuk fasilitas sih lengkap banget, karena disini ada <i>wifi</i> nya, bahkan ada mushola juga. Karena kan jarang ya kak <i>cafe</i> ada mushola nya”.  |
| Penulis    | : “Berapa hari sekali anda mengunjungi Kopimana27 Tebet?”  |
| Narasumber | : “Ga nentu sih kak, tapi setiap bulannya pasti dateng kesini, karena kangen makanan sama minuman di <i>cafe</i> ini”.   |
| Penulis    | : “Bagaimana pelayanan yang dilakukan oleh pihak Kopimana27 Tebet?”  |

|            |   |
|------------|---|
| Narasumber | : “Untuk pelayannya udah bagus ya, ramah-ramah juga barista disini. Enak lah pokoknya kak”.   |
| Penulis    | : “Mengikuti akun media sosial Kopimana27 Tebet ga kak? dan apa media sosialnya?”   |
| Narasumber | : “Iya saya <i>follow instagram</i> nya Kopimana27 Tebet, Untuk tau info apa aja yang terbaru dari <i>cafe</i> ini”.  |
| Penulis    | : “Kopimana27 Tebet kan sering banget tuh kak ngadain promosi di <i>instagram</i> , itu menurut kakak gimana?”  |
| Narasumber | : “Saya sama temen-temen seneng banget kalau lagi ada paket promo gini. Jadi kita kan bayarnya lebih sedikit dari harga aslinya, ya lumayanlah kak bisa lebih hemat”. |



## LAMPIRAN 5

### TRANSKIP WAWANCARA

#### INFORMAN IV

Nama lengkap : Hudan Adzzikru

Pekerjaan : Mahasiswa UIN Jakarta

Waktu wawancara : 05 Oktober 2022

Tempat wawancara : *Cafe* Kopimana27 Tebet

#### MATERI WAWANCARA

|            |   |
|------------|---|
| Penulis    | : “Darimana anda mengetahui adanya Kopimana27 Tebet ini?”   |
| Narasumber | : “Saya sendiri kak”.   |
| Penulis    | : “Melalui media apa anda mendapat informasi tentang Kopimana27 Tebet?”   |
| Narasumber | : “Dari <i>instagram</i> sih, karena kan di <i>instagram</i> nya aktif tuh suka <i>update</i> tentang produk-produk <i>cafe</i> ini”.                                     |
| Penulis    | : “Apa yang membuat anda tertarik untuk menjadi konsumen Kopimana27 Tebet?”   |
| Narasumber | : “Makanannya sih kak enak-enak disini, apa lagi bekel adek nya, <i>the best</i> banget lah pokoknya. Terus di <i>cafe</i> ini juga suasananya adem, jadi nyaman banget”. |
| Penulis    | : “Berapa lama anda sudah menjadi konsumen Kopimana27 Tebet ini?”   |

|            |   |
|------------|---|
| Narasumber | : “Sudah lama, hampir tiap hari saya kesini, karenakan rumah saya dekat dari sini kak”.   |
| Penulis    | : “Apa saja menu makanan dan minuman yang biasa anda pesan disini?”   |
| Narasumber | : “Makanan yang paling saya sering beli itu bekel adek, karena tuh rasanya enak. Terus kalau untuk minuman paling suka es kopi buatan istri”. |
| Penulis    | : “Menurut anda, kisaran harga yang ditentukan sudah sesuai atau belum?”  |
| Narasumber | : “Kalau untuk harga, ya standar lah. Disini kan makananya enak-enak. Ada produk ada kualitas”.   |
| Penulis    | : “Apa saja fasilitas yang telah disediakan oleh Kopimana27 Tebet dan apakah ada yang harus ditambahkan?”                                     |
| Narasumber | : “Udah cukup, gaada yang harus ditambahin. Karena disini fasilitasnya udah lengkap. Ada <i>wifi</i> nya lagi, jadi tambah betah disini”.     |
| Penulis    | : “Berapa hari sekali anda mengunjungi Kopimana27 Tebet?”   |
| Narasumber | : “Setiap hari, karena enak buat dijadiin tempat ngumpul sekaligus ngerjain tugas sih kak”.   |
| Penulis    | : “Bagaimana pelayanan yang dilakukan oleh pihak Kopimana27 Tebet?”   |
| Narasumber | : “Pelayanannya oke lah, Barista disini sopan-sopan, terus juga pada ramah banget”.   |
| Penulis    | : “Mengikuti akun media sosial Kopimana27 Tebet ga kak? dan apa media sosialnya?”   |
| Narasumber | : “Iya <i>instagram</i> sih kak saya <i>follow</i> nya”.  |

|            |  |
|------------|--|
| Penulis    | : “Kopimana27 Tebet kan sering banget tuh kak ngadain promosi di <i>instagram</i> , itu menurut kakak gimana?” |
| Narasumber | : “Bagus kak, karena kalau harganya murah, pasti orang-orang tertarik”.  |

## LAMPIRAN 6



Wawancara dengan  
Didi Efay  
*Founder Kopimana27  
Tebet*



Wawancara dengan  
Ibu Naba Amanda Bilal  
*Marketing Manager  
Kopimana27 Tebet*



Wawancara dengan  
Aulia Maulana Hadian  
*Barista Kopimana27  
Tebet*



Wawancara dengan  
Ady Yudistira  
*Konsumen Kopimana27  
Tebet*



Wawancara dengan  
Hudan Adzzikru  
*Konsumen Kopimana27  
Tebet*