

LAMPIRAN



Gambar 1. Foto bersama Khalil barista Kopi Kenangan Grand Batavia

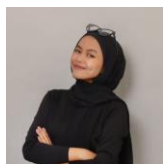


Gambar 2. Foto wawancara dengan Riyan Store Manager Kopi Kenangan



Gambar 3. Foto bersama Riyan Store Manager Kopi Kenangan Grand Batavia

CURRICULUM VITAE



AISYAH NAJMI HERLIDYAZ

+6285156338496 | cacaherlidyaz@gmail.com

Kalideres, Jakarta

Hardworking Student offering part-time work experience and extensive knowledge of core subject matter.
Meticulous and detail-oriented with excellent observational, organizational and communication skills.

Education Level

Tangerang Muhammadiyah University – Tangerang

Aug 2024

Aug 2020 –

Communication Studies, 3.42/4.00

14 Tangerang Senior High School - Tangerang

Mar 2017 - Apr 2020

Work Experiences

PT. Sumber Alfaria Trijaya - Fulltime

May 2021 - May 2022

Cashier

- Manage and organize the placement of products that are displayed on the shelf.
- Serving buyers who want to make payment transactions.
- Conduct regular checks on stock items.
- Serving Bean Spot Coffee

PT. Bumi Berkah Boga - Part Time

Aug 2022 - Present

Barista

Kopi Kenangan

- Greet customers in a friendly manner
- Provide input to customers about their beverage interests and needs.
- Explain the menu requested by the customer.
- Selling coffee and coffee grinding equipment
- Shows the process of coffee making equipment in operation.
- Prepare and serve coffee drinks by following recipes and techniques for coffee drinks, such as espresso, caffe latte, and cappuccino.
- Attract new customers.
- Maintain the availability of coffee bean supplies to all existing food and equipment stocks.
- Keep equipment running by following operating instructions and performing maintenance.
- Updating knowledge about the world of coffee and what's trending.
- Improving the reputation of the coffee shop by continuing to maintain the quality of servings.

Organisational Experience

Traditional Saman Dance - Tangerang

Leader

- Create and implement strategies that will be used by team members to achieve goals
- Delegate tasks to each team member based on their strengths and skill sets
- Provide the training needed to be able to perform certain tasks with the aim of achieving certain goals
- Provide support and encouragement to keep team members motivated and work together to achieve common goals

Communication Student association, Tangerang Muhammadiyah University - Tangerang

Jun 2020 - Present

Internal Staff

Skills, Achievements & Other Experience

- **Projects (2022):** Journalism Sharing Session as a Moderator
- **Projects (2021):** Kegiatan Organisasi Himakom Mengabdi Kejuruan as a Documentation Committee
- **Language:** Bahasa(Native), English(Advance)
- **Soft Skills:** Customer Relation, Time Management, Money Handling
- **Hard Skills:** Ms. Word, Canva, VN

DISCUSSION GUIDE

Komunikasi Pemasaran (Kotler & Keller, 2016)			
No.	Indikator Teori	Pertanyaan	Hasil
1.	Periklanan (Advertising)	1. Apakah bentuk periklanan yang ada di Kopi Kenangan? 2. Apa saja promosi iklan yang dihadirkan? 3. Melalui apa anda melihat iklan Kopi Kenangan? 4. Apakah anda tertarik dengan promosi yang di iklankan?	<i>“Untuk bentuk periklanan yang ada di Kopi Kenangan beragam banget, contohnya pada IG, TikTok, Youtube. tapi efektif untuk menarik minat belinya pada saat konsumen liat iklan promosi biasanya lewat Instagram. Selain promo potongan harga di Instagram juga ada pemberitahuan produk baru.”</i> (Wawancara dengan Khalil, Barista pada 07 Juni 2024) <i>“Iya aku biasanya kalau mau ke Kopi Kenangan kan seringnya ke cabang Grand Batavia, sebelum</i>

			<i>sampe aku liat liat dulu nih ada promo apa disana lewat Instagram.”</i> (Wawancara dengan Sukma, Konsumen pada 07 Juni 2024) <i>“Kalo liat promo di banner tuh kadang unik pada bagian judul promosinya, contohnya banner promosi roti dikemas dengan kata-kata Romantis. Mirip lagu yang lagi viral itu.”</i> (Wawancara dengan Sukma, Konsumen pada 07 Juni 2024) <i>"Iklan pada LED TV sangat menarik bagi konsumen karena beberapa alasan utama. LED TV menawarkan kualitas gambar dan video yang sangat tinggi, sehingga iklan dapat disajikan dengan visual yang jelas dan menarik. Ini memungkinkan pesan</i>
--	--	--	--

			iklan untuk disampaikan dengan cara yang lebih efektif dan memikat dibandingkan dengan media cetak atau iklan statis. Namun, penting juga untuk mempertimbangkan tantangan seperti potensi gangguan dari lingkungan sekitar atau kebutuhan untuk pemeliharaan teknis. Secara keseluruhan, jika diterapkan dengan baik, iklan pada LED TV dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen." (Wawancara dengan Riyan, Store Manager pada 07 Juni 2024)
2.	Promosi Penjualan	1. Apa bentuk promosi penjualan yang ditawarkan Kopi Kenangan?	"Kalau Kopi Kenangan sendiri itu selalu memberikan voucher

		2. Dimana saja konsumen dapat melihat media promosi?	<i>diskon, selain itu banyak juga promo pembayaran pakai bank tertentu yang mana nanti berupa cashback atau juga berupa produk gratis. Biasanya untuk pembelian secara langsung di outlet.” (Wawancara dengan Riyan, Store Manager pada 07 Juni 2024.)</i> <i>“Di setiap store Kopi Kenangan khususnya di cabang Grand Batavia ini pasti terdapat beberapa banner promosi. Konsumen biasanya juga lebih tertarik kalau liat banner. Karna kan ada gambarnya ya.” (Wawancara dengan Ilham, Barista pada 07 Juni 2024.)</i>
3.	Acara dan Pengalaman	1. Apakah Kopi Kenangan pernah mengikuti kegiatan	<i>“Untuk pengalaman dalam hal acara, Kopi</i>

		acara? 2. Apa yang dipromosikan dalam acara tersebut?	<i>Kenangan pernah mensupport provider Indosat dalam acara HiFi, perannya Kopi Kenangan disini bagi-bagi kopi gratis. Kemudian untuk event konser, Kopi Kenangan mengikuti Synchronize Festival yang mana diizinkan untuk membuat gerai dengan LED huruf.” (Wawancara dengan Riyan, Store Manager pada 07 Juli 2024.)</i>
4.	Hubungan Masyarakat dan Publisitas	1. Apakah bentuk hubungan masyarakat dalam komunikasi pemasaran Kopi Kenangan? 2. Apakah terdapat unsur pemasarannya dalam kegiatan tersebut?	<i>“Kalau untuk Kopi Kenangan dalam 1 tahun sekali ngadain gathering khusus bagi customer pengguna aplikasi black member. Biasanya sekaligus launching menu baru.” (Wawancara dengan Riyan, Store Manager pada 07 Juni 2024.)</i>

5.	<i>Mobile Marketing</i>	1. Apakah kopi kenangan memanfaatkan mobile marketing untuk promosinya? 2. Apa keuntungan yang anda dapat melalui promosi yang diberikan Kopi Kenangan melalui Mobile Marketing?	<i>“Nah seperti yang tadi saya bilang, jadi Kopi Kenangan punya komunitas di Whatsapp yang mana setiap beberapa hari akan membagikan promo khusus bagi yang bergabung ke komunitas tersebut. Untuk bergabungnya 100% gratis.”</i> (Wawancara dengan Riyan, Store Manager pada 07 Juni 2024.) <i>“Aku udah join di komunitas Kopi Kenangan, komunitasnya di Whatsapp karna aku ngerasain banget keuntungannya. Suka banyak info produk baru dan voucher gitu.”</i> (Wawancara dengan Sukma, Konsumen pada 07 Juni 2024)
6.	Pemasaran	1. Apakah Kopi Kenangan	<i>“.. untuk pemasaran</i>

	Online dan Media Sosial	memiliki pemasaran melalui media sosial? 2. Media sosial apa saja yang dimanfaatkan?	<i>online nya kopi kenangan banyak banget salah satunya bisa diliat di IG, TikTok, Youtube kopikenangan.id kemudian ada pada website.” (Wawancara dengan Riyan, Store Manager pada 07 Juni 2024.)</i>
7.	Pemasaran Langsung	1. Apakah penggunaan internet menjadi salah satu media yang dimanfaatkan oleh Kopi Kenangan dalam pemasaran?	<i>“Untuk di jaman sekarang ya, sepertinya kebanyakan orang hidup di dunia internet dan segala informasi kebanyakan diperoleh dari internet. Kopi Kenangan juga manfaatin internet seperti e-mail, whatsapp sebagai media komunikasi pemasaran.” (Wawancara dengan Riyan, Store Manager pada 07 Juli 2024)</i>
8.	Penjualan Personal	1. Apakah yang dilakukan oleh Kopi Kenangan dalam	<i>“kalo untuk penjualan personal tadi, itu udah hal</i>

		menerapkan penjualan personal? 2. Apakah ada benefit yang didapat dalam melakukan penjualan personal? 3. Apa teknik yang dipakai dalam penjualan personal? 4. Apa kesan anda dalam bertransaksi di Kopi Kenangan?	wajib bagi barista khususnya kasir. Karna kan dalam melakukannya itu ada yang namanya upselling, nah upselling ini juga salah satu pengaruh besar terhadap sales kita yang mana kalau kita achive akan dapat insentif. Contohnya misal orang beli kopi aja, kita tawarin roti buat nemenin minum kopinya gitu.” (Wawancara dengan Khalil, Buddy Trainer pada 07 Juni 2024.) “kalau konsumen disini kan rata-rata untuk minum ditempat ya, jadi kalau merek hanya beli minuman lalu kita tawarkan roti atau pastry pasti kebanyakan dari mereka mau. Karna kan nongkrong ya jadi biar ada cemilannya. Selain itu dengan kan kia ajuga bisa
--	--	---	---

			<i>interaksi langsung sama customer” (Wawancara dengan Riyan, Store Manager pada 07 Juni 2024.)</i> <i>“aku senang barista sudah hafal sama nama aku, dan suka diajak ngobrol. Jadi mau balik terus kesini.” (Wawancara dengan Sukma, Konsumen pada 07 Juni 2024)</i>
--	--	--	---



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG
 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI DAN PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Aisyah Najmi Hertidya
 NPM : 2070201224
 Program studi : Ilmu Komunikasi
 Pembimbing : Dr. Tantry Widyanarti, M.si
 Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi
Kerangan Grand Batavia dalam
Menarik Minat Beli Konsumen
di Kabupaten Tangerang

No	TANGGAL	CATATAN	PARAF DOSEN
1.	3 / 01 / 2024	Disusi mengenai judul yang akan diambil	↑
2.	7 / 01 / 2024	penyusunan latar belakang Bab 1	↑
3.	17 / 01 / 2024	Pembahasan mengenai teori	↑
4.	27 / 01 / 2024	Pembahasan Bab 1 - 3	↑
5.	30 / 01 / 2024	pembahasan bab 2 - 3	↑
6.	02 / 02 / 2024	Revisi terkait kerangka berfikir	↑
7.	10 / 02 / 2024	Pembahasan subjek dan objek	↑
8.	17 / 02 / 2024	pembahasan Informan yang akan diwawancarai	↑
9.	24 / 04 / 2024	pembahasan bab 4	↑

