



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 1

Daftar Pertanyaan Wawancara Informan

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Apakah Kopi Konnichiwa tetap buka selama masa pandemi COVID-19 ? Bagaimana dengan keadaan jumlah konsumen di masa pandemi berlangsung ? apakah ada kesulitan?
Adakah kesulitan dalam meningkatkan konsumen di masa pandemi ?
2. Apa saja strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan ?
3. Strategi komunikasi pemasaran manakah yang paling sering digunakan ?
4. Apakah strategi tersebut berhasil meningkatkan konsumen di masa pandemi ?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 2

Transkrip Wawancara Informan Pertama

Identitas Narasumber

Nama : Silvia Shinta
Pekerjaan : *Head Marketing Communication* Kopi Konnichiwa
Usia : 29 Tahun
Tempat Wawancara : Via Zoom
Tanggal Wawancara : 21 Agustus 2022



Silvia Shinta





Pertanyaan Pertama

Apakah Kopi Konnichiwa tetap buka selama masa pandemi COVID-19 , bagaimana dengan keadaan konsumen di masa pandemi berlangsung dan apakah ada kesulitan yang di alami ?

Waktu awal pandemi itu parah banget sih, bisa dibilang waktu bener2 awal itu konsumen menurun drastis dan tentunya cukup sulit bagi kami untuk memulihkan keadaan tersebut dan berusaha untuk kami meningkatkan konsumen di masa pandemi itu.

Pertanyaan Kedua

Apa saja strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan ?

Pastinya kita bener menggunakan segala usaha yang bisa kami lakukan saat itu di masa pandemi, ya tentunya kita waktu itu mengandalkan media sosial banget deh, karena kan kita juga semua saat pandemi gini serba online ya

Betul banget tuh ci, terus kira-kira apa lagi strategi komunikasi pemasaran Kopi Konnichiwa yang dilakukan untuk meningkatkan konsumen di masa pandemi?

Banyak sih, kita mulai dari mengundang *selebgram* atau *food influencer* yang lagi trend buat *review* produk atau buat info promo guna nya y aitu tadi untuk menarik pembeli lewat penonton mereka.

Wah iya ci itu kan *happening* banget. Terus tadi cici bilang ada promo ya? Selama masa pandemi Kopi Konnichiwa tetep mengadakan promo ya ci ?

Peneliti :

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Narasumber:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Peneliti:

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Narasumber:

Peneliti:



Narasumber:

Iya dong pastinya itu, promo-promo dan diskonan itu wajib banget dan strategi promo ini menurut kami yang paling berhasil dan mendukung Kopi Konnichiwa meningkatkan konsumen di masa pandemi. Promo tuh yang paling menarik dan paling dicari para konsumen.

© Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Peneliti:

Hahaha iya sih siapa juga yang akan nolak promo dan diskon ya ci, terus kalau udah ada promo pasti ada juga promosi dong ci kalau itu bagaimana?

Narasumber:

Balik lagi ya, kita benar2 mengandalkan media sosial banget kita bikin iklan di media Instagram dan TikTok. Terus juga yang tadi aku bilang *campaign* kerja sama dengan beberapa *influencers* juga buat promosi.

Peneliti:

Lalu apa ada lagi strategi lainnya ci ?

Narasumber:

Hmm, ohiya ada akita juga beberapa kali mengeluarkan menu baru yang sifatnya *seasonal* aja gitu. Walau menu kita sudah banyak kita tetap menambah beberapa varian baru biar konsumen juga tidakbosan ya.

Pertanyaan Ketiga

Peneliti :

Strategi komunikasi pemasaran manakah yang paling sering digunakan ?

Narasumber:

Sebenarnya yang aku udah sebutkan tadi bisa dibilang semua efektif, namun yang paling sering kami lakukan yaitu melakukan promosi.

Karena menurut kami promosi dibandingkan dengan yang lain mampu lebih banyak meningkatkan konsumen.

Pertanyaan Keempat

Apakah strategi tersebut berhasil meningkatkan konsumen di masa pandemi ?

Ya bisa dibilang begitu, karena dengan begitu bisa membalikan keadaan yang parah dan mampu meningkatkan konsumen walau di masa pandemi seperti ini

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Peneliti:

Narasumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 3

Transkrip Wawancara Informan Kedua

© Hak cipta milik IBI KKG (Instititut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Identitas Narasumber

Nama : Felicia Pratama
Pekerjaan : Divisi Operasional (Barista) Kopi Konnichiwa
Usia : 22 Tahun
Tempat Wawancara : Kopi Konnichiwa, Jl. Kelapa Kopyor, Kelapa Gading
Tanggal Wawancara : 20 Agustus 2022



Felicia Pratama

Instititut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pertanyaan Pertama

Apakah Kopi Konnichiwa tetap buka selama masa pandemi COVID-19, bagaimana dengan keadaan konsumen di masa pandemi berlangsung dan apakah ada kesulitan yang di alami ?

Peneliti :

Waktu awal pandemi itu jadi sepi banget sih, store juga pernah kosong pembeli karena kan orang-orang waktu itu benar-benar takut untuk keluar rumah apa lagi nongkrong kan.

Narasumber :

Pertanyaan Kedua

Apa saja strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan ?

Peneliti :

Kalau kita sendiri sebagai divisi operasional hanya menjalankan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh bagian *marcomm* ya. Kaya ada promo, diskon, promosi di sosial media, terus beberapa kali ada *influencers* datang gitu kan.

Narasumber :

Kira-kira kalian sebagai bagian operasional ada gak strategi sendiri gitu?

Peneliti :

Sebenarnya dari kita ga ada strategi yang gimana2 ya, paling kita ajak teman kita untuk nongkrong disini atau promosiin ke orang sekitar kaya keluarga gitu. Terus kita sebagai *incharge persons* di *store* yang dimana berkomunikasi langsung dengan konsumen kita berupaya misalnya kalau ada pelanggan kita menawarkan promo yang ada atau kasih informasi misalnya ada menu baru.

Narasumber :

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Pertanyaan Ketiga

Strategi komunikasi pemasaran manakah yang paling sering digunakan ?

Kalau menurut aku sih promosi dan promo kaya diskon harga gitu ya, itu menarik banget sih buat pelanggan.

Pertanyaan Keempat

Apakah strategi tersebut berhasil meningkatkan konsumen di masa pandemi ?

Ya kalau menurut aku sih berhasil ya, karena kan aku liat sendiri konsumen yang meningkat dan antusias mereka untuk menjadi pelanggan Kopi Konnichiwa

Peneliti :

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Narasumber :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Peneliti :

Narasumber :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 4

Transkrip Wawancara Informan Ketiga

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Identitas Narasumber

Nama : Kevin

Pekerjaan : Mahasiswa

Usia : 24 Tahun

Tempat Wawancara : Kopi Konnichiwa, Jl. Kelapa Kopyor, Kelapa Gading

Tanggal Wawancara : 20 Agustus 2022



Kevin

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Pertanyaan Pertama

Apakah Kopi Konnichiwa tetap buka selama masa pandemi COVID-19, bagaimana dengan keadaan konsumen di masa pandemi berlangsung dan apakah ada kesulitan yang di alami ?

Setau saya sih tetap buka ya, karena saya juga awal berkunjung ke Kopi Konnichiwa saat pandemi, saat itu saya mencari tempat nongkrong yang dekat dari rumah karena waktu itu mobilitas kita terbatas. Kalau soal keadaan dan kesulitan saya kurang tahu.

Pertanyaan Kedua

Apa saja strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan ?

Kalau detailnya sih kurang tau ya, cuma kalau yang saya lihat promosi yang dilakukan bagus sih, terus suka ada promo atau diskonan gitu dan juga kadang ada menu baru. Kalau yang membuat saya menjadi pelanggan sih tentunya karena saya suka produk dan menu yang beragam ya terus juga banyak promo yang tentunya sangat menarik buat kita para pelanggan ya.

Pertanyaan Ketiga

Strategi komunikasi pemasaran manakah yang paling sering digunakan ?

Kayanya disini sering banyak harga-harga promo deh,

Peneliti :

Narasumber :

Peneliti :

Narasumber :

Peneliti :

Narasumber :



Pertanyaan Keempat

Apakah strategi tersebut berhasil meningkatkan konsumen di masa pandemi ?

Ya bisa dibilang begitu ya

Peneliti:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Narasumber :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 5

Dokumentasi Proses Penelitian

Dokumentasi	Penjelasan
	<p>Peneliti sedang melakukan wawancara dengan informan pertama yang merupakan salah satu <i>Head Marketing Communication</i> yang telah bekerja selama tiga tahun dan saat ini berusia 29 tahun. Proses wawancara dengan informan pertama melalui aplikasi Zoom.</p>
	<p>Peneliti berfoto dengan informan kedua setelah melakukan wawancara. Informan kedua merupakan karyawan Kopi Konnichiwa Divisi Operasional (Barista) selama tiga tahun dan pada saat ini berusia 22 tahun. Wawancara dilakukan di Kopi Konnichiwa Jl. Kelapa Kopyor, Kelapa Gading pada tanggal 20 Agustus 2022.</p>

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Peneliti berfoto dengan informan ketiga setelah melakukan wawancara. Informan ketiga merupakan seorang mahasiswa yang menjadi pelanggan Kopi Konnichiwa selama dua tahun. Wawancara dilakukan di Kopi Konnichiwa Jl. Kelapa Kopyor, Kelapa Gading pada tanggal 20 Agustus 2022



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

