

LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Guide Interview

“Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Jalan Korea Melalui Instagram dalam membangun Minat Beli”

Pertanyaan untuk *Owner* dan *Staff Admin Sosial Media* :

➤ **Gambaran Umum / Profil Perusahaan**

1. Bagaimana sejarah singkat berdirinya Cafe Jalan Korea?
2. Kapan Cafe Jalan Korea berdiri?
3. Apa visi dan misi yang dimiliki oleh Cafe Jalan Korea ini?
4. Produk apa saja yang ada di Cafe Jalan Korea?
5. Bagaimana perkembangan penjualan di Café Jalan Korea ini setiap tahunnya?
6. Target pasar dari Cafe Jalan Korea secara demografis dan geograafis

➤ **Komunikasi Pemasaran**

1. Apakah pengunjung yang mayoritas berasal kota Surabaya mengetahui Cafe Jalan Korea?
2. Hal apa yang pernah dilakukan oleh Cafe Jalan Korea untuk membuat masyarakat Surabaya tertarik terhadap Cafe Jalan Korea?
3. Bagaimana respon yang diberikan oleh pelanggan terhadap produk yang ada pada Cafe Jalan Korea?
4. Bagaimana strategi yang dilakukan Cafe Jalan Korea dalam meningkatkan penjualan?
5. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh Cafe Jalan Korea untuk membuat pelanggan datang kembali untuk membeli produk yang ada?

➤ **Strategi Komunikasi**

1. Strategi komunikasi pemasaran apa yang digunakan oleh Cafe Jalan Korea?
2. Apakah ada perbedaan dalam strategi komunikasi pemasaran antara pembeli online dengan pembeli offline?

➤ **Memilih Platform Komunikasi**

1. Bagaimana cara anda mengkomunikasikan produk Cafe Jalan Korea?
2. Apakah cara Cafe Jalan Korea dalam menjangkau pelanggan sudah efektif?
3. Media apa yang digunakan Cafe Jalan Korea untuk menjangkau pelanggan?

➤ **Bauran Promosi (*Promotion Mix*)**

1. **Advertising :**
 - Dalam memperkenalkan produk Cafe Jalan Korea, apakah anda menggunakan iklan? Apabila iya media iklan seperti apa yang dilakukan dalam memanfaatkan media massa?
 - Media apa saja yang digunakan oleh Cafe Jalan Korea untuk promosi?

2. ***Sales Promotion*** :
 - Dalam memperkenalkan produk, apakah anda menggunakan promosi penjualan? Mengapa?
3. ***Personal Selling*** : Dalam memperkenalkan produk apakah anda menggunakan *personal selling*? Mengapa?
4. ***Public Relation*** : Dalam memperkenalkan produk apakah anda menggunakan public relation? Mengapa?
5. ***Direct Marketing*** :
 - Dalam memperkenalkan produk apakah anda menggunakan pemasaran secara langsung? Mengapa?

➤ **AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)**

1. ***Attention*** :
 - Bagaimana cara anda dalam melakukan promosi untuk menarik perhatian konsumen?
 - Bagaimana cara yang dilakukan untuk menarik konsumen yang sebelumnya sama sekali tidak tahu Cafe Jalan Korea?
2. ***Interest*** :
 - Apa kelebihan Café Jalan Korea dengan Cafe lain sehingga dapat menarik konsumen untuk datang ke Cafe Jalan Korea? (**owner**)
3. ***Desire*** :
 - Apa yang membedakan Café Jalan Korea dengan Cafe lain sehingga mempengaruhi minat beli konsumen? (**owner**)
 - Apakah anda pernah mencoba produk yang sama di café yang berbeda? (**owner**)
4. ***Action*** :
 - Dalam melakukan pemasaran melalui Instagram apa saja yang akan dilakukan untuk membuat pelanggan lama tidak berpaling ke cafe sejenis?
 - *Action* apa yang akan anda lakukan untuk membuat konsumen kembali ke Cafe Jalan Korea (**owner**)

Untuk Customer :

1. Apakah anda pernah membeli produk Cafe Jalan korea?
2. Dari mana anda mendapatkan informasi mengenai produk Cafe Jalan Korea?

3. Apakah anda juga mengikuti Instagram Cafe Jalan Korea?
4. Apa yang anda peroleh ketika melihat unggahan Instagram Cafe Jalan Korea?
5. Berdasarkan prespektif anda, bagaimana Cafe Jalan Korea menyajikan konten di Instagram?
6. Mengapa anda tertarik untuk membeli produk Cafe Jalan Korea?
7. Apakah anda puas dengan pelayanan dari Cafe Jalan Korea?
8. Apakah anda pernah melakukan pembelian lebih dari 1 (satu) kali?
9. Apakah anda pernah mencoba produk yang sama di cafe yang berbeda? Menurut anda apa yang menjadi perbedaan dari produk Café Jalan Korea dengan produk cafe lain yang menjadikan Café Jalan Korea lebih disukai?
10. Apakah anda akan kembali lagi ke Cafe Jalan Korea dan akan menjadi konsumen tetap Cafe Jalan Korea?
11. Apakah ada saran yang ingin disampaikan untuk Cafe Jalan Korea?

Lampiran 1.2 Transkrip Wawancara

Key Informant :

Identitas Informan

Nama : Lee Sangjae
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Selaku : Pemilik Cafe Jalan Korea
Tempat Wawancara : Café Jalan Korea

➤ Gambaran Umum / Profil Perusahaan

P : Pertanyaan yang pertama nih pak, gimana sih sejarah singkat berdirinya Cafe Jalan Korea ini, terus cafe jalan korea ini berdiri sejak kapan

N1 : Cafe jalan korea ini tuh berdiri sejak 2015 kak, bangun cafe jalan korea ini tuh sebenarnya iseng, karena kan awalnya tuh ditahun 2015 budaya korea khususnya K-Pop udah mulai ramai tuh diperbincangkan, khususnya sama masyarakat surabaya mangkanya waktu itu punya inisiatif buat buka FNB (*food and beverage*) tapi ngangkat tema Korea

P : Untuk Visi dan misi yang ada di Cafe Jalan Korea ini apa sih pak?

N1 : Kalau untuk visi dari café jalan korea itu diharapkan dapat mengenalkan Bahasa dan Budaya Korea melalui makanan. Kalau untuk misinya itu bisa menghadirkan makanan Korea yang berkualitas, mampu berinovasi dalam mempertahankan cita rasa makanan Korea, dan juga mampu mempertahankan kualitas rasa serta kualitas bahan yang digunakan.

P : Baik, lalu untuk produk, produk apa saja si yang ada di Cafe Jalan Korea?

N1 : Untuk produk yang ada di Café Jalan Korea itu hamper semua itu makanan khas korea, seperti Cajangmyeon, Teokboki, Kimbab, Bibimbap, Odeng, Dakgalgi dan masih banyak lagi.

P : Terus untuk perkembangan penjualan setiap tahun di Café Jalan Korea itu gimana sih? Misalnya kayak ada naik dan turun gitu?

N1 : Sebenarnya dari awal Cafe Jalan Korea berdiri sampai sekarang itu udh pernah yang namanya ngerasain naik dan turunnya penjualan, contohnya pas tahun 2019 sampai tahun 2020, Cafe Jalan Korea ngalamin kenaikan, tapi di tahun 2021 awal Café Jalan Korea ngalamin penurunan karena ada pandemic Covid-19, terus setelah Covid-19 sama saat ini Café Jalan Korea ngalamin Kenaikan lagi.

P : Jadi begitu ya pak, lalu untuk target pasaran dari Cafe Jalan Korea secara geografis dan demografis, misal secara geografis itu hanya masyarakat

surabaya aja atau masyarakat surabaya dan sekitarnya, terus secara demografis itu kayak umur berapa sampai berapa atau seluruh kalangan.

N1 : Awalnya tuh sasaran Cafe Jalan Korea cuman orang yang suka sama K-Pop atau orang yang suka sama semua yang berbau Korea, tapi makin lama tidak hanya K-Pop aja yang datang bahkan orang yang suka sama Drama Korea atau orang yang cuman tertarik sama menu-menu yang ada di cafe jalan korea seperti anak SMA, mahasiswa bahkan sampai orang yang sudah berkeluarga, terus untuk target geografisnya itu ya masyarakat Surabaya dan Sekitarnya.

➤ **Komunikasi Pemasaran**

P : Selanjutnya, apakah pengunjung yang mayoritas berasal dari kota surabaya tahu kalau ada Cafe Jalan Korea?

N1 : Kalau pengunjung yang mayoritas berasal dari surabaya itu kebanyakan tahu Cafe Jalan Korea si kak, karena kan banyak masyarakat Surabaya itu K-Popers / suka Kpop.

P : Hal apa sih yang pernah dilakukan oleh Cafe Jalan Korea untuk membuat masyarakat surabaya tertarik sama Cafe Jalan Korea?

N1 : Hmm biasanya sih cara Cafe Jalan Korea biar banyak masyarakat sadar sama keberadaan Cafe Jalan Korea itu ya dengan ngenalin produk yang ada di Cafe Jalan Korea karena produk yang ada di Cafe Jalan Korea itu beda dengan yang lain.

P : Baik, terus untuk respon yang diberikan sama pelanggan terhadap produk yang ada di Cafe Jalan Korea itu gimana sih?

N1 :

P : Jadi begitu, terus bagaimana strategi yang dilakukan Cafe Jalan Korea dalam meningkatkan penjualan

N1 : Kita biasanya nawarin penyewaan tempat secara gratis sih kak untuk event K-Pop maupun non K-Pop, namun ada syaratnya yaitu mengharuskan konsumen untuk membeli minimal 1 sampai 2 produk yang ada di Cafe Jalan Korea.

P : Baik, terus gimana si strategi yang dilakukan oleh Cafe Jalan Korea untuk membuat pelanggan datang kembali untuk membeli produk Cafe Jalan Korea?

N1 : Kita ada menu yang tidak ada setiap hari, jadi menu spesial itu hanya ada di hari-hari tertentu saja, jadi itu si yang membuat pelanggan penasaran dan kemali ke Cafe Jalan Korea.

➤ **Strategi Komunikasi**

P : Strategi komunikasi pemasaran apa si yang digunakan Cafe Jalan Korea?

N1 : Strategi Komunikasi Pemasaran dipakai itu dengan menyewakan tempat secara gratis itu tadi si kak, jadi semisal ada *event* K-Pop seperti Nonton bareng, *noraebang* (Karaokean bareng) dan juga cafe event, jadi yang awalnya cuman konsumen yang notabnya Kpopers bisa merambat ke konsumen lain yang *non* kpopers.

➤ **Platform Komunikasi Instagram**

P : Pertanyaan selanjutnya, bagaimana sih cara Cafe Jalan Korea mengkomunikasikan produk Cafe Jalan Korea? Dan media apa yang digunakan untuk menjangkau pelanggan?

N1 : Kita pakai media instagram untuk mengjakngkau pelanggan, terus untuk mengkomunikasikan produk yang ada kita biasanya dengan membuat *story* produk apa saja yang dijual.

P : Apakah cara Cafe Jalan Korea dalam menjangkau pelanggan sudah efektif?

N1 : Kalau menurut saya cara yang dipakai untuk menjangkau pelanggan sudah efektif, karena dengan menggunakan platform instagram sebagai media informasi dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas.

➤ **Bauran Promosi (*Promotion Mix*)**

1. Advertising :

P : Dalam memperkenalkan produk Cafe Jalan Korea apakah menggunakan iklan? Kalau iya media iklan seperti apa yang dilakukan dalam memanfaatkan media online?

N1 : Untuk periklanan kami memanfaatkan media online seperti instagram, kami juga menggunakan jasa *influencer* yang memiliki banyak *followers* supaya mendapatkan *feedback*, hal tersebut kita lakukan supaya Cafe Jalan korea bisa dikenal melalui konten yang dibuat oleh *influencer*.

2. Sales Promotion :

P : Dalam memperkenalkan produk apakah Cafe jalan Korea menggunakan promosi penjualan? Jika iya mengapa?

N1 : Iya kita menggunakan promosi penjualan, karena dapat meningkatkan penjualan dari Cafe Jalan Korea dan juga dapat membangun minat beli konsumen dari konsumen yang sering datang ke Cafe Jalan Korea dan juga konsumen yang belum pernah datang ke cafe jalan korea.

3. *Personal Selling* :

P : Dalam memperkenalkan produk, apakah anda menggunakan *personal selling*? Jika iya mengapa?

N1 : Untuk penjualan secara personal kita memang menggunakannya, ya biasanya nawarin produk Cafe Jalan Korea ke temen dekat sama keluarga karena lingkup keluarga dan teman dekat memang asli Korea mangkanya mereka tertarik ke Cafe Jalan Korea karena bisa ngobatin rindu sama kampung halaman dan juga kita menggunakan media *waiters* sebagai media personal untuk interaksi sama *customer*, karena *waiters* yang lebih banyak berinteraksi dengan *customer*.

4. *Public Relation* :

P : Untuk memperkenalkan produk dan menyebarkan informasi seputar Cafe Jalan Korea apakah menggunakan *Public Relation*?

N1 : Di Cafe Jalan Korea ini tidak ada humasnya kak, tapi yang menjalankan aktifitas humas itu staf admin, yaitu Devi. Dan untuk publikasi itu berupa iklan itu tadi, selain iklan oleh *influencer* kita juga kerja sama dengan blogger dimana blogger ini membantu kita dalam menyebarkan informasi Cafe Jalan Korea. Selain itu banyak dari *customer* yang memposting di Instagram dan Menandai akun Instagram Cafe Jalan Korea.

5. *Direct Marketing* :

P : Lalu untuk memperkenalkan produk apakah Cafe Jalan Korea menggunakan pemasaran secara langsung?

N1 : Untuk pemasaran langsung kita menggunakan Whatsapp, jadi setiap ada Customer yang menghubungi Cafe Jalan Korea untuk keperluan reservasi tempat atau reservasi event disitu kita dapat data customer dengan menyimpan nomernya sehingga kita bisa menghubungi *customer* tersebut untuk memberikan informasi seputar Cafe Jalan korea atau informasi seputar *event* K-Pop apa yang sedang berlangsung di Cafe Jalan Korea.

➤ **AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)**

1. *Attention*

P : Pertanyaan selanjutnya, bagaimana sih konsep yang dilakukan cafe jalan korea untuk mengkomunikasikan sebuah pesan dan informasi melalui instagram tentang Cafe Jalan Korea?

N1 : Yang paling pertama dan yang mendasar itu ya pemilihan produk, karena dari pemilihan produk yang tepat nanti kita dapat menargetkan pasar kita seperti apa dan harus bagaimana dalam mengolah informasi yang akan dibagikan pada instagram.

P : baik, terus untuk menarik konsumen, bagaimana cara café jalan korea menarik konsumen yang sebelumnya sama sekali tidak tau cafe jalan korea?

2. Interest

P : Apa sih kelebihan Cafe Jalan Korea sama Cafe lain sehingga banyak konsumen yang lebih tertarik untuk datang ke Cafe Jalan Korea?

N1 : Kelebihannya yang dimiliki cafe jalan korea dengan cafe lain itu ya dari tema cafe nya kak, karena kan di cafe jalan korea ini mengangkat tema Korea jadi banyak *customer* yang datang ke cafe jalan korea itu ngerasa seperti lagi di Korea. Selan itu Cafe Jalan Korea juga nyediain les Bahasa korea yang ada di lantai 3 cafe jalan korea, jadi *customer* bisa menikmati suasanya korea sambil belajar Bahasa korea.

3. Desire

P : Baik, terus apa si pak yang membedakan cafe jalan korea sama cafe lain sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen?

N1 : Yang membedakan itu ya nuansa cafe nya yang bernuansa K-Pop dan juga produk yang disajikan memiliki rasa yang otentik sehingga menjadikan para konsumen seperti sedang di korea.

4. Action

P : *Action* apa si yang dilakukan cafe jalan korea untuk membuat konsumen kembali lagi ke Cafe Jalan Korea?

N1 : Kalau untuk *action* ya saya sebagai owner tetap membranding cafe jalan korea dengan nuansa korea dan K-pop sehingga konsumen dapat tertarik untuk terus menerus datang ke cafe jalan korea dan juga lebih meningkatkan pelayanan dan rasa makanan maupun minuman yang ada di cafe jalan korea.

Informant

Identitas Informan

Nama : Devi
Jenis Kelamin : Perempuan
Selaku : *Staff* admin sosial media
Tempat wawancara : Cafe Jalan Korea

➤ **Bauran Promosi (*Promotion Mix*)**

1. Advertising

P : Untuk pertanyaan pertama dalam memperkenalkan produk cafe jalan korea, apakah menggunakan iklan? Jika iya media iklan seperti apa yang dilakukan dalam memanfaatkan media online?

N2 : di Cafe Jalan korea ini menggunakan iklan di jasa *influencer* di instagram si kak, terus biasanya juga ada dari konsumen yang bikin konten terus ramai di Instagram, dari situ biasanya orang-orang jadi tau sama Cafe Jalan Korea

2. Sales Promotion

P : Dalam memperkenalkan produk, apakah anda menggunakan promosi penjualan? Jika iya promosi penjualan seperti apa yang digunakan?

N2 : kita memberikan promo si kak, misalkan Hari Raya Korea ada makanan khusus yang dimakan ketika hari itu seperti *tteokguk* (sup *tteok*) makanan tersebut dibagikan secara gratis kepada pelanggan yang datang ke Cafe Jalan Korea.

3. Personal Selling

P : Dalam memperkenalkan produk apakah adna menggunakan *personal selling*? Mengapa?

N2 : Untuk penjualan personal biasanya saya itu lebih ke nawarin produk ke konsumen si kak, misal hari ini ada kimchi, jadi saya nawarin kimchi tersebut ke konsumen, soalnya kan kimchi itu tidak tiap hari ada. Terus saya juga nawarin makanan gratis di hari-hari tertentu contohnya Hari Raya Korea (*seollal*) kita nawarin makanan khas Korea *tteokguk* dan di Hari Raya *Chuseok* (hari raya besar ke 2) kita nawarin *songpyeon* (kue beras) ciri khas makanan yang harus ada pas hari raya *chuseok*.

4. *Public Relation*

P : Dalam Memperkenalkan produk apakah anda menggunakan *public relation*? Mengapa?

N2 : Cafe Jalan Korea ini tidak ada humasnya kak, cuman saya *staff* admin yang menjalankan aktifitas humas, terus biasanya ada blogger yang mau mengangkat Cafe Jalan Korea buat berita, jadi nanti saya yang bagian cek berita tersebut apakah layak untuk diunggah atau tidak.

5. *Direct Marketing*

P : Dalam memperkenalkan produk apakah anda menggunakan pemasaran secara langsung? Mengapa?

N2 : Untuk pemasaran langsung biasanya pakai Whatsapp, jadi kalau ada *customer* yang menghubungi Cafe Jalan Korea untuk *reservasi* tempat untuk pribadi atau *reservasi* tempat untuk *event* K-Pop, terus biasanya kita juga memberikan informasi tentang Cafe Jalan Korea misalnya ada *event* seputar K-Pop apa yang sedang berlangsung di Cafe Jalan Korea.

➤ **AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)**

1. *Attention*

P : Bagaimana Cara yang dilakukan untuk menarik konsumen yang sebelumnya sama sekali tidak tahu Cafe Jalan Korea?

N2 : Kita menggunakan jasa *influencer* untuk menarik konsumen yang sama sekali tidak tahu Cafe Jalan Korea, kita juga menerima berbagai macam acara K-Pop seperti nonton bareng dan *cupsleeve event*, dengan begitu calon konsumen akan tertarik dan datang ke Cafe Jalan Korea.

2. *Interest*

P : Bagaimana cara Cafe Jalan Korea dalam menarik perhatian publik di Instagram?

N2 : Biasanya kita membagikan konten yang menarik si kak, seperti membagikan keseharian konsumen dan juga membagikan ulang postingan (*story*) dari pelanggan yang menyebut instagram @cafejalankorea.id.

3. *Desire*

P : Aoa yang membedakan Cafe Jalan Korea dengan Cafe lain sehingga mempengaruhi minat beli konsumen?

N2 : Saya juga melakukan pelayanan yang cepat dengan membalas pesan yang dikirim sama konsumen maupun calon konsumen

dengan *fastrespon* sehingga yang akan membeli produk maupun *reservasi* akan senang

4. Action

P : Dalam melakukan pemasaran melalui Instagram apa saja yang akan dilakukan untuk membuat pelanggan lama tidak berpaling ke Cafe sejenis?

N2 : Dengan ketepatan dan kecepatan pelayanan si ya, terus tetap menjaga kualitas produk dan juga rajin promosi dan interaksi kepada pelanggan.

Informant

Identitas Informan

Nama : Brigita Aristya
Jenis Kelamin : Perempuan
Selaku : *Customer* lama Cafe Jalan Korea
Tempat Wawancara : Cafe Jalan Korea

1. Apakah anda pernah membeli produk Cafe Jalan Korea?
Jawab : Pernah beberapa kali si, dari makanan besarnya pernah, cemilannya pernah sampai minumannya juga pernah, kimchi juga pernah.
2. Dari mana anda mendapatkan informasi mengenai produk Cafe Jalan Korea?
Jawab : kebetulan dulu pertama kali itu tau dari *event* di Cafe Jalan Korea, informasinya ya dari Instagram penyelenggara *event*.
3. Apakah anda juga mengikuti Instagram Cafe Jalan Korea?
Jawab : mengikuti instagramnya
4. Apa yang anda peroleh ketika melihat unggahan Instagram Cafe Jalan Korea?
Jawab : isinya banyak informasi mengenai menu-menu yang ada di Cafe Jalan Korea atau keunggulan yang ada di Cafe Jalan Korea misalnya Les Bahasa Korea terus fasilitas yang ada disana itu tertulis jelas .
5. Berdasarkan perspektif anda, bagaimana Cafe Jalan Korea menyajikan konten di Instagram?
Jawab : cukup mudah dimengerti dengan informasi yang jelas dan padat sehingga pembaca bisa langsung ngerti apa yang di maksud, misal ada postingan yang membahas tentang keunggulan fasilitas itu dijelaskan semua, setiap hari juga Cafe jalan Korea selalu update dengan menu terbaru dari cafe jalan Korea.
6. Mengapa anda tertarik untuk membeli produk Cafe Jalan Korea?
Jawab : karena memang *iconic* mereka kan menyediakan menu-menu dari Korea dan ajrang dijual dimana-mana dan juga dekat dari rumah, jadi semisal ingin makan Korea larinya ke Cafe Jalan Korea
7. Apakah anda puas dengan pelayanan dari Cafe Jalan Korea?
Jawab : puas banget, karyawan baik, pemiliknya juga baik dan ramah misal datang atau pulang di sapa dan juga kalau pulang

dianterin sampai depan Cafe nya terus selalu komunikasi misal makanannya enak apa engga.

8. Apakah anda pernah melakukan pembelian lebih dari 1 (satu) kali?
Jawab : kan memang taunya dari 2015, jadi dari tahun 2015 udah sering beli apalagi seperti yang udah dijelasin deket dari rumah jadi jadi larinya ke Cafe Jalan Korea dan juga variasi makanan korea yang ada disana itu banyak jadi enak gitu.
9. Apakah anda pernah mencoba produk yang sama di cafe yang berbeda? Menurut anda apa yang menjadi perbedaan dari produk Café Jalan Korea dengan produk cafe lain yang menjadikan Café Jalan Korea lebih disukai?
Jawab : kalau dibandingkan dengan produk lain pasti ada perbedaannya, tapi rasa makanan yang ada di Cafe jalan korea itu
10. Apakah anda akan kembali lagi ke Cafe Jalan Korea dan akan menjadi konsumen tetap Cafe Jalan Korea?
Jawab : bakal kembali lagi si kak dan akan menjadi konsumen tetap di Cafe Jalan korea si.
11. Apakah ada saran yang ingin disampaikan untuk Cafe Jalan Korea?
Jawab : Sarannya mungkin penyajiannya lebih dicepetin karena terlalu lama untuk satu menu, mungkin itu si yang perlu di improvisasi.

Informant

Identitas Informan

Nama : Putri Darmayanti
Jenis Kelamin : Perempuan
Selaku : *Customer* baru Cafe Jalan Korea
Tempat Wawancara : Cafe Jalan Korea

1. Apakah anda pernah membeli produk Cafe Jalan korea?
Jawab : Pernah beberapa kali si, dari makanan besarnya pernah, cemilannya pernah sampai minumannya juga pernah, kimchi juga pernah.
2. Dari mana anda mendapatkan informasi mengenai produk Cafe Jalan Korea?
Jawab : kebetulan dulu pertama kali itu tau dari *event* di Cafe Jalan Korea, informasinya ya dari Instagram penyelenggara *event*.
3. Apakah anda juga mengikuti Instagram Cafe Jalan Korea?
Jawab : kebetulan tidak mengiktui Instagramnya si ya
4. Apa yang anda peroleh ketika melihat unggahan Instagram Cafe Jlan Korea?
Jawab : isinya banyak informasi mengenai menu-menu yang ada di Cafe Jalan Korea atau keunggulan yang ada di Cafe Jalan Korea misalnya Les Bahasa Korea terus fasilitas yang ada disana itu tertulis jelas .
5. Berdasarkan prespektif anda, bagaimana Cafe Jalan Korea menyajikan konten di Instagram?
Jawab : cukup mudah dimengerti dengan informasi yang jelas dan padat sehingga pembaca bisa langsung ngerti apa yang di maksud, misal ada postingan yang membahas tentang keunggulan fasilitas itu dijelaskan semua, setiap hari juga Cafe jalan Korea selalu update dengan menu terbaru dari cafe jalan korea.
6. Mengapa anda tertarik untuk membeli produk Cafe Jalan Korea?
Jawab : karena emang *iconic* mereka kan menyediakan menu-menu dari korea dan ajrang dijual dimana-menu dan juga dekat dari rumah, jadi semisal ingin makan korea larinya ke Cafe Jalan Kore
7. Apakah anda puas dengan pelayanan dari Cafe Jalan Korea?

Jawab : puas banget, karyawan baik, pemiliknya juga baik dan ramah misal datang atau pulang di sapa dan juga kalau pulang dianterin sampai depan Cafe nya terus selalu komunikasi misal makanannya enak apa engga.

8. Apakah anda pernah melakukan pembelian lebih dari 1 (satu) kali?

Jawab : kan memang taunya dari 2015, jadi dari tahun 2015 udah sering beli apalagi seperti yang udah dijelasin deket dari rumah jadi jadi larinya ke Cafe Jalan Korea dan juga variasi makanan korea yang ada disana itu banyak jadi enak gitu.

9. Apakah anda pernah mencoba produk yang sama di cafe yang berbeda? Menurut anda apa yang menjadi perbedaan dari produk Café Jalan Korea dengan produk cafe lain yang menjadikan Café Jalan Korea lebih disukai?

Jawab : kalau dibandingkan dengan produk lain pasti ada perbedaanya, tapi rasa makanan yang ada di Cafe jalan korea itu

10. Apakah anda akan kembali lagi ke Cafe Jalan Korea dan akan menjadi konsumen tetap Cafe Jalan Korea?

Jawab : bakal kembali lagi si kak dan akan menjadi konsumen tetap di Cafe Jalan korea si.

11. Apakah ada saran yang ingin disampaikan untuk Cafe Jalan Korea?

Jawab : Sarannya mungkin penyajiannya lebih dicepetin karena terlalu lama untuk satu menu, mungkin itu si yang perlu di improvisasi.

Lampiran 1.3 Kartu Pembimbing



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fsisp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nisyah Oktaviana Zalfa

NBI : 1151900277

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing I : Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med.Kom

Dosen Pembimbing II : Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Jalan Korea melalui Instagram dalam Meningkatkan Minat Beli

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	1/3 '23	Tabul penelitian terdahulu diperbaiki kerangka pemikiran diperbaiki		
2.	6/3 '23	LBM ditamban dan diperbaiki. - Perbaiki kerangka pemikiran		
3.	20/3 '23	BAB I ACC.		
4.	23/3 '23	BAB II → tambahkan perilaku konsumen → Kerangka pemikiran diperbaiki		
5.	5/4 '23	Bab II → tambahkan kauran promosi		
6.	18/4 '23	BAB IV ACC Lanjut BAB III.		
7.	4/5 '23	Susun Guide Interview.		



KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
8.	27/23 /09		- Bab I -> ACC	f
9.	10/23 /9		- Bab IV ACC - susun Guide Interview	f
10.	7/23 /6		- BAB IV lanjutan pengolahan data	f
11.	7/23 /6		- BAB IV Lengkapi pengolahan data.	f
12.	7/23 /6		BAB IV Lanjut pengolahan data.	M. Rizqi
13.	15/23 /6		ACC BAB IV - V	M. Rizqi
14.	15/23 /6		ACC BAB IV - V	f


Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal :

Dosen Pembimbing I


(Much. Rizqi)

Dosen Pembimbing II


()

Lampiran 4 Lembar Perintah Revisi Penguji 1

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Nisyah Oktaviana Zalfa

NIM : 1151900277

Hari/Tanggal Ujian : Rabu, 21 Juni 2023

Catatan Perbaikan:


Ekstensi KPRM

Sesuaikan dg catatan dari dosen penguji 2 dan 3.

Surabaya, 21 Juni 2023

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,


(Muchamad Rizqi, S.J Kom., M Med.Kom)


(Muchamad Rizqi, S.J Kom., M Med.Kom)

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

Lampiran 5 Lembar Perintah Revisi Penguji 2

PROGRAM STUDI ILPROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Nisyah Oktaviana Zelfa

NIM : 1151900277

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

1. Penulisan dan literatur ✓
2. Perbaiki isi bab I-V ✓
3. Perbaiki daftar pustaka. ✓

Surabaya, 26 Juni 2023

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1.



(Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom)



(Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom)

Lampiran 6 Lembar Perintah Revisi Penguji 3

PROGRAM STUDI ILPROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Nisyah Oktaviana Zalfa

NIM : 1151900277


Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Juni 2023


Catatan Perbaikan:

1. saat: kuantitas peminjaman.

Surabaya,

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1.


Prof. Dr. Arief Darmawan, SU


Prof. Dr. Arief Darmawan, SU

Lampiran 7 Hasil Turnitin

Nisyah_Oktaviana_Zalfa_1151900277_Jurnal_Artikel_Skripsi.p...

ORIGINALITY REPORT

12 %	12 %	3 %	2 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	2%
2	repository.unhas.ac.id Internet Source	1%
3	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
4	e-jurnalmitrapendidikan.com Internet Source	1%
5	nanopdf.com Internet Source	1%
6	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1%
7	www.scilit.net Internet Source	1%
8	www.researchgate.net Internet Source	1%
9	caelum.ucv.ve Internet Source	<1%

10	hal-enpc.archives-ouvertes.fr Internet Source	<1 %
11	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
12	www.casual-community.com Internet Source	<1 %
13	businessversity.com Internet Source	<1 %
14	conference.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
15	jbasic.org Internet Source	<1 %
16	repository.mercubuana.ac.id Internet Source	<1 %
17	su.diva-portal.org Internet Source	<1 %
18	www.kaskus.co.id Internet Source	<1 %
19	zombiedoc.com Internet Source	<1 %
20	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %