

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Transkrip Wawancara

**Peneliti** : “Bagaimana cara anda dalam menawarkan produk-produk yang tersedia di Manis ae Coffe?”

**Tegar Barista:** “Setiap pelanggan memiliki segmen mereka sendiri sejauh selera yang mereka sukai, jadi cara kami adalah menawarkan apa yang mereka butuhkan. Beberapa pembeli menyukai minuman baru, manis, tidak menyenangkan, dll, oleh karena itu kami awalnya bertanya kepada pelanggan minuman apa yang bergantung pada espresso, pop, susu, atau air. Jadi dari apa yang kami tawarkan sebelumnya, itu akan terbatas pada satu keputusan spesifik yang akan bejadi dengan keputusan pelanggan.”

**Peneliti** : “Apa yang biasa anda lakukan untuk meyakinkan menu yang ditawarkan kepada konsumen agar mereka mampu yakin dengan pilihan yang akan dipilih nantinya?”

**Cindy Barista:** “Untuk meyakinkan pembeli tentang keputusan menu yang mereka pilih, saya biasanya secara konsisten menggambarkan bahan apa yang digunakan dalam menu, itu agar pelanggan bisa mendapatkan harapan yang sesuai dengan ekspektasinya dan tidak memilih beberapa menu yang tidak dapat diterima nanti.”

**Peneliti** : Bagaimana cara anda mempengaruhi konsumen dalam

konteks pelayanan guna menciptakan brand loyalty Manis ae Coffe agar bisa membuat konsumen itu kembali berkunjung?

**Taufiq Barista:** “Tentunya kami harus memberikan pelayanan yang baik untuk konsumen, mungkin bisa dengan mengajak ngobrol atau bergurau sama konsumen ketika dia lagi pesan tentunya tetap dalam konteks perkopian ataupun hal-hal yang lain, dan kalau saya pribadi sendiri biasanya berusaha untuk menghafal nama dan juga menu yang mereka suka, biasanya juga saya juga melihat situasi dan kondisi orang tersebut apakah konsumen ini bisa atau tidak untuk diajak bergurau, karena setiap orang memiliki sifat yang berbeda beda.

**Peneliti** : “Apa saja pelayanan penunjang yang anda terapkan kepada konsumen guna meningkatkan brand loyalty Manis ae Coffe & Space agar konsumen merasa bahwa mereka benar-benar diperhatikan?”

**Lintang Barista:** “Sebenarnya ada beberapa hal yang bisa membuat konsumen untuk kembali berkunjung ke tempat kita, mungkin salah satunya dengan menjaga kebersihan serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen kita. Dengan cara-cara tersebut tentunya konsumen bisa merasa nyaman ketika nongkrong di tempat kami. Karena memang tujuan kita kan untuk membuat konsumen puas dan menjadikan mereka sebagai

## **Lampiran 2: Transkrip Wawancara**

**Peneliti** : Hal apa yang membuat anda berkunjung ke Manis ae Coffe & Spacedan akhirnya menjadi pelanggan setia?

**Konsumen Pertama** : “Awalnya karena saya direkomendasikan oleh teman saya, selain itu juga karena pilihan menu yang banyak terutama Es Kopi Gula Aren yang saya suka. Selain itu, karena memang pelayanan dari baristanya sendiri yang baik dan memang baristanya friendly banget kepada konsumen jadi enak buat diajak ngobrol, ya dari situ lah akhirnya saya sering datang ke Manis ae Coffe.”

**Peneliti** : Bagaimana perasaan anda setelah pertama kali mengunjungi Manis ae Coffe & Space? (Segi rasa, tempat, dan fasilitas)?

**Konsumen Kedua** : “Untuk Manis ae Coffe sendiri dari segi pelayanannya menurut saya sudah pasti jelas bagus karena memang baristanya yang humble, terutama kalau dari segi rasa saya sangat cocok banget karena rasa rasanya yang memang tebal kalau di lidah jadi kalau kesini saya selalu pesan menu favorite saya yaitu Manisae Chocolate Malt. Kalau dibandingkan dengan coffeshop lainnya menurut saya terkadang rasanya sering tidak konsisten

terkadang tebal dan kadang juga tipis berbeda dengan Manis ae Coffe yang selalu konsisten terhadap rasanya.”

**Peneliti** : Dari mana atau siapa yang memperkenalkan anda dengan adanya Manis ae Coffe & Space?

**Konsumen Ketiga** : “Awalnya saya penasaran kok ada sih coffee shop yang namanya Manis Ae, setelah rasa penasaran tadi saya memutuskan buat dateng ke Manis Ae coffebareng teman-teman dan ternyata emang minumannya enak apalagi menu yang (caramel chococino) favorit banget sih selain itu tempatnya nyaman danseru juga bisa kenal sama orang itu random salah satunya bisa kenal sama baristanya walaupun gak semua saya kenal juga sih tapi ada beberapa yang saya kenal dan memang kenalnya juga dari sini.”

**Peneliti** : “Hal-hal apa saja yang membedakan Manis ae Coffe dan coffe shoplainnya?”

**Konsumen Keempat** : “Manis ae Coffe memiliki ciri khasnya tersendiri soal rasa terutama Kopi Avocado Cream yang punya rasa unik gitu, apalagi saya cewek ya menurut saya Kopi Avocado Cream ini masih diterima oleh kalangan wanita atau mungkin bagi orang yang gak seberapa suka kopi berbeda kalau di coffe shoplain yang saya kunjungi terkadang

kopinya terlalu pahit. Jadi selepas pulangkerja saya usahakan selalu mampir sebentar ke Manis ae Coffe untuk memenuhi asupan saya entah itu dari minuman atau makanan.”

### Lampiran 3: Dokumentasi



Gambar 1. Lokasi Penelitian



Gambar 2. Sambutan Kepada Konsumen



Gambar 3. Penjelasan Menu Kepada Konsumen



Gambar 4. Wawancara dengan Tegar Pranata (Barista)



Gambar 5. Wawancara dengan Lintang (Barista)




Gambar 6. Wawancara dengan M. Taufiq (Barista)



Gambar 7. Wawancara dengan Cindy (Barista)

## Lampiran 4: Kartu Bimbingan



**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 : fsiip@untag-sby.ac.id

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Evanda Praditotoles  
 NBI : 1152000020  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Dosen Pembimbing I : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom.  
 Dosen Pembimbing II : Dr. Bambang Sigit Pramono, S. Sos., M. Si.  
 Judul Skripsi : konvergensi media cetak radar surabaya untuk mempertahankan eksistensi di era digital  
 Analisis Komunikasi Interpersonal Parista kepada Konsumen dalam Membangun Brand Loyalty Manis ac Coffe & Space Sidoarjo.

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	14/3/24	Revisi bab 1 dan 2	Daut	
2	22/4/24	Konsistensi dan perubahan judul SKRIPSI → UBP, Kuesioner awal - KRI		[Signature]
3	23/4/24	Perbaikan Struktur Penulisan BAB I, II dan III.		[Signature]
4	23/4/24	Revisi dan Acc bab 1-3	Daut	
5	23/4/24	Revisi Bab I dan III Acc		[Signature]
6	20/5/24	Interview Guide	Daut	
7	4/6/24	Revisi Bab IV	Daut	
8	4/6/24	Revisi total BAB V.		[Signature]
9	19/6/24	Revisi bab 5	Daut	
10	19/6/24	Revisi bab V. Etika Penulisan.		[Signature]



## Lampiran 5: Lembar Revisi Ujian Penguji 1

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Evanda Fraditotoles  
NIM : 1152000020  
Hari/ Tanggal Ujian : Sabtu, 29 Juni 2024

Judul Skripsi : Analisis Komunikasi Interpersonal Barista Kepada Konsumen Dalam  
Membangun Brand Loyalty Manis Ae Coffe And Space Sidoarjo


Catatan Perbaikan:

Revisi seperti pembahasan pada waktu sidang

Surabaya, 4 Juni 2024  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

  
Bagus Cahyo Shah A.P.

Revisi dari Dosen Penguji,

  
Bagus Cahyo Shah A.P.

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

## Lampiran 6: Lembar Revisi Ujian Penguji 2

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Evanda Fraditotoles

NIM : 1152000020

Hari/ Tanggal Ujian : Sabtu, 29 Juni 2024

Judul Skripsi : Analisis Komunikasi Interpersonal Barista Kepada Konsumen Dalam  
Membangun Brand Loyalty Manis Ae Coffe And Space Sidoarjo

Catatan Perbaikan:

- Rumusan masalah Hk. Anonim dug.  
Tiori p. & qm dria  
Apa fungsinya Tiori latar belakang
- Hasil penelitian Hk. Jelas. merupakan  
pertanyaan penelitian.
- Kesimpulan - Hk. aman pada ada.  
Rahaga dan sejapora pelidto

Surabaya, .....  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

 — 

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

## Lampiran 7: Lembar Revisi Ujian Penguji 3

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Evanda Fraditotoles

NIM : 1152000020

Hari/ Tanggal Ujian : Sabtu, 29 Juni 2024

Judul Skripsi : Analisis Komunikasi Interpersonal Barista Kepada Konsumen Dalam Membangun Brand Loyalty Manis Ae Coffe And Space Sidoarjo

Catatan Perbaikan:


Bab 1 : Permasalahan Penelitian apa?  
Kenapa → ke komunikasi interpersonal +  
Pemasaran +  
↓ Brand Loyalty, s

Bab 2 : Teori kemas dapat. kaminiter masuk ke kuisp.

Bab 3 & 4 : definisi.

Bab 5 : definisi.

Surabaya, 28-6-24.  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

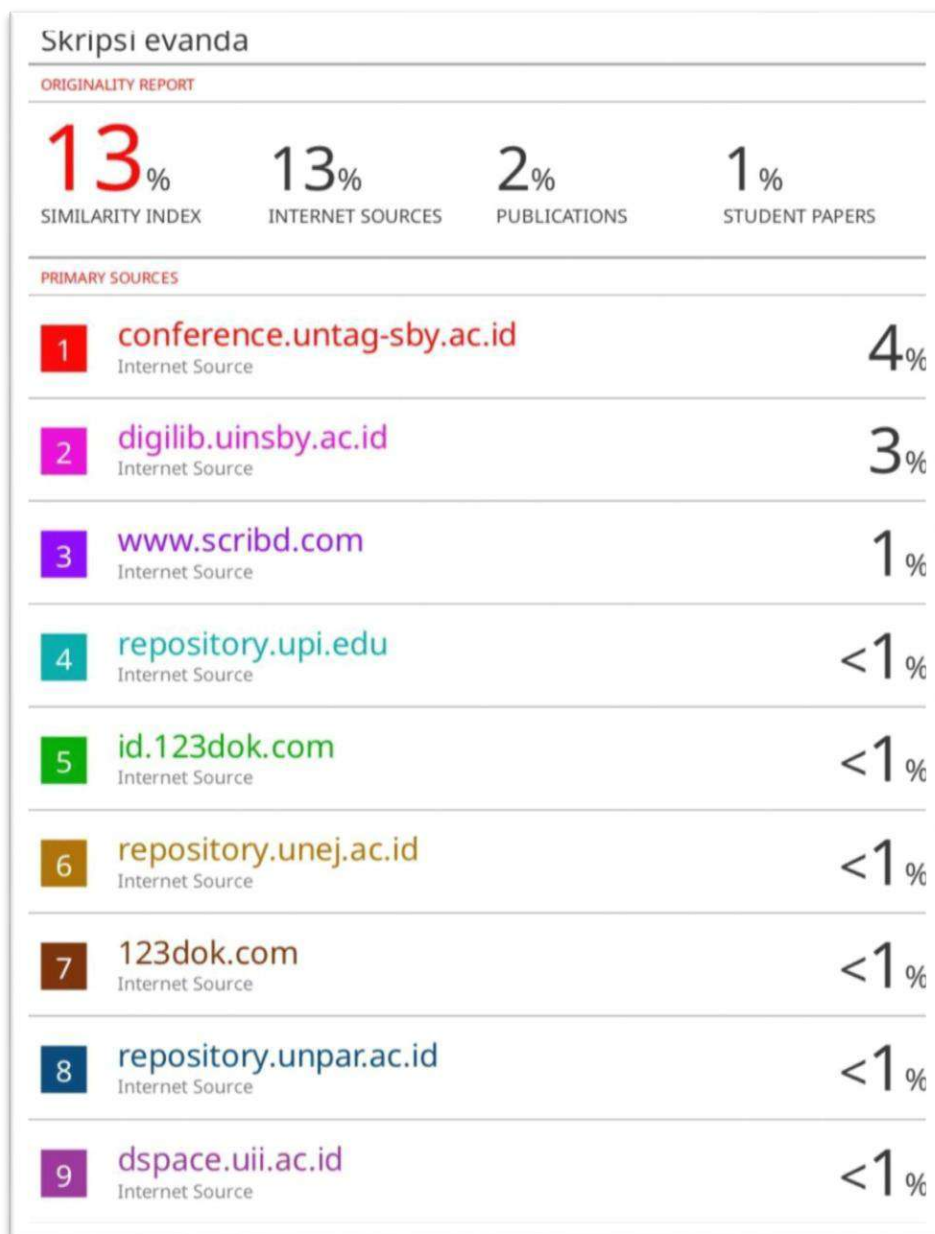
  
Fransisca. B. A. 28

Revisi dari Dosen Penguji,

  
Dosen Penguji

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

## Lampiran 8: Hasil Turnitin



10	<a href="http://johannessimatupang.wordpress.com">johannessimatupang.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
11	<a href="http://repository.pnj.ac.id">repository.pnj.ac.id</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://lib.unnes.ac.id">lib.unnes.ac.id</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="http://repository.uinsaizu.ac.id">repository.uinsaizu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://repository.upbatam.ac.id">repository.upbatam.ac.id</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://eprints.ukmc.ac.id">eprints.ukmc.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://perawathealthcare.blogspot.com">perawathealthcare.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://akuntansituren.blogspot.com">akuntansituren.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://suryamalang.tribunnews.com">suryamalang.tribunnews.com</a> Internet Source	<1 %

22	<a href="http://tahubronta.wordpress.com">tahubronta.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://digilib.uinsgd.ac.id">digilib.uinsgd.ac.id</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://library.polmed.ac.id">library.polmed.ac.id</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://mafiadoc.com">mafiadoc.com</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://moebarak.wordpress.com">moebarak.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="http://romakyokaesa-niro.blogspot.com">romakyokaesa-niro.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
31	<a href="http://www.vaporizerjakarta.com">www.vaporizerjakarta.com</a> Internet Source	<1 %
<p>Exclude quotes <input type="checkbox"/> Off      Exclude matches <input type="checkbox"/> Off  Exclude bibliography <input type="checkbox"/> Off</p>		

