

Lampiran I

Hasil Wawancara

Informan 1

Nama : Angel

Usia : 21 tahun

Pekerjaan : Barista Kopi Janji Jiwa Harapan Indah

Tanggal Wawancara : Sabtu, 27 Mei 2022

Deskriptif :

Peneliti pada hari sebelumnya telah membuat janji wawancara kepada narasumber untuk melakukan sesi wawancara, tempat wawancara yang telah disepakati adalah di Kedai Kopi Janji Jiwa Harapan Indah. Untuk membuka sesi wawancara antara penulis dan narasumber, kami terlebih dahulu melakukan pembicaraan ringan seperti membicarakan data umum atau biodata narasumber untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan oleh penulis, lalu dilanjutkan dengan sesi wawancara. Berikut adalah hasil wawancara peneliti dan Narasumber : Pertanyaan pertama dari peneliti adalah menanyakan nama dan pekerjaan narasumber

1. Peneliti : “Selamat sore mbak, maaf dengan siapa saya bicara”
2. Narasumber : “Selamat sore mas, saya dengan Angel, saya seorang barista di sini”

Lalu Pertanyaan lanjutan oleh peneliti adalah menanyakan tentang ramainya lokasi saat ini

3. Peneliti : “apakah saya boleh tahu, kalau disini biasanya ramai hanya saat malam minggu, atau hari biasa juga ramai ya ?”
4. Narasumber : “Biasanya sih malam minggu, mahasiswa dan anak – anak remaja hingga orang tua suka datang kesini untuk sekedar duduk – duduk dan menikmati Live musik dari pujasera belakang”

Dengan jawaban oleh narasumber berikut penulis mencoba menggali lebih dalam tentang pemilihan lokasi atau segmenting yang dilakukan oleh Kopi Janji Jiwa Harapan Indah

5. Peneliti : “Jadi begitu ya, apakah hal tersebut yang di incar oleh pemilik kedai ketika membuka Janji Jiwa disini ?”
6. Narasumber : “Wah kalau itu saya kurang tau ya, tetapi dulu saat Janji Jiwa ini pertama di launching tidak ada live music ataupun pujasera dibelakang”

Dari jawaban narasumber menginformasikan bahwasanya ternyata hal ini juga tidak di duga oleh Pemilik kedai kopi tersebut karena hanya dengan menargetkan mahasiswa dengan membuka kedai di depan Universitas Esa Unggul

Lalu peneliti melanjutkan pertanyaan - pertanyaan mengenai strategi periklanan yang dilakukan Kopi Janji Jiwa Harapan Indah yaitu apakah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Kopi Janji Jiwa Harapan Indah dalam Pandemi saat ini,

7. Peneliti : “kalau begitu apakah strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh kedai Kopi Janji Jiwa Harapan Indah ?”
8. Narasumber : “setahu saya sih sepertinya, tidak menggunakan strategi apa – apa , ketika pelanggan butuh kopi maka pasti akan datang untuk membeli” kata barista tersebut

Lalu pertanyaan lanjutan dilakukan oleh peneliti

9. Peneliti : “Bagaimana sih cara membedakan Kopi janji Jiwa harapan Indah dengan lainnya”
10. Narasumber : “bedanya hanya di lokasi, dan target konsumen setiap kedai berbeda sesuai dengan lokasi”

Hal ini mungkin seperti yang penulis sudah duga dikarenakan *Brand image* yang sudah besar maka setiap kedai Janji Jiwa hanya menjual produk dengan memiliki ciri khas yang sama dalam setiap kedainya

Lalu penulis menanyakan kesan Narasumber terhadap produknya sendiri, untuk mengetahui opini narasumber terhadap suatu produk yang di jualnya

11. Peneliti : “Kalau menurut mbak, apa sih arti janji jiwa itu ?”
12. Narasumber : “mungkin artinya takkan mengkhianati konsumen kali ya (jawabnya sambil tertawa)”

Setelah mendengarkan opini narasumber , peneliti melanjutkan wawancaranya

13. Peneliti : “Kalau untuk Minuman yang best seller disini apa ya ?”
14. Narasumber : “Untuk variant minuman kita ada banyak dari yang kopi hingga non kopi, untuk minuman yang best seller disini Namanya Es Kopi Susu, dan Matcha”

Peneliti melanjutkan wawancaranya dengan menanyakan tentang Instagram Janji Jiwa

15. Peneliti : “apakah mbak tahu tentang Instagram Janji Jiwa ?”
16. Narasumber : “Jelas tau dong, setiap hari banyak info menarik dari story mauun postingan dari intagram tersebut”

Setelah mendapatkan informasi berikut peneliti melanjutkan pertanyaannya

17. Peneliti : “apakah menurut mbak, Instagram yang di miliki Janji Jiwa berpengaruh dengan penjualan disini ?”
18. Narasumber : “menurut saya sih jelas berpengaruh, karena sebagian besar promosi yang ada juga diterapkan di Jilid ini”

Setelah itu peneliti berterimakasih kepada narasumber karena telah meluangkan beberapa menit untuk menjawab pertanyaan singkat guna untuk mengvalidasi penelitian yang dilaksanakan oleh penulis

Informan

Nama : Faldri Yudhistira

Usia :27 tahun

Pekerjaan : Store Manajer Kopi Janji Jiwa Harapan Indah

Tanggal Wawancara : Sabtu, 27 Mei 2022

Deskriptif :

Peneliti pada hari sebelumnya telah membuat janji wawancara kepada narasumber untuk melakukan sesi wawancara, tempat wawancara yang telah disepakati adalah di Kedai Kopi Janji Jiwa Harapan Indah. Untuk membuka sesi wawancara antara penulis dan narasumber, kami terlebih dahulu melakukan pembicaraan ringan seperti membicarakan data umum atau biodata narasumber untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan oleh penulis, lalu dilanjutkan dengan sesi wawancara. Berikut adalah hasil wawancara peneliti dan Narasumber : Pertanyaan pertama dari peneliti adalah menanyakan nama dan pekerjaan narasumber

1. Peneliti : “Selamat sore, maaf dengan siapa saya bicara”
2. Narasumber : “Selamat sore, saya dengan Yudhis , saya Store Manager di sini”

Lalu Pertanyaan lanjutan oleh peneliti adalah menanyakan tentang ramainya lokasi saat ini

3. Peneliti : “apakah saya boleh tahu, kalau disini biasanya ramai hanya saat malam minggu, atau hari biasa juga ramai ya ?”
4. Narasumber : “Ramainya biasa di malam minggu, ketika ada live musik yang diadakan di pugasera belakang Kedai ini”

Dengan jawaban oleh narasumber berikut penulis mencoba menggali lebih dalam tentang pemilihan lokasi atau segmenting yang dilakukan oleh Kopi Janji Jiwa Harapan Indah

5. Peneliti : “Jadi begitu ya, apakah hal tersebut yang di incar oleh pemilik kedai ketika membuka Janji Jiwa disini ?”
6. Narasumber : “Mungkin untuk pertama kali dibuka tidak, karena live music dan tempat pugasera tersebut baru di buka sekitar akhir tahun 2021”

Dari jawaban narasumber menginformasikan bahwasanya ternyata hal ini juga tidak di duga oleh Pemilik kedai kopi tersebut karena hanya dengan menargetkan mahasiswa dengan membuka kedai di depan Universitas Esa Unggul

Lalu peneliti melanjutkan pertanyaan - pertanyaan mengenai strategi periklanan yang dilakukan Kopi Janji Jiwa Harapan Indah yaitu apakah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Kopi Janji Jiwa Harapan indah dalam Pandemi saat ini,

7. Peneliti : “kalau begitu apakah strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh kedai Kopi Janji Jiwa Harapan Indah ?”

8. Narasumber : “Strategi yang kita gunakan jelas dari promosi yang dilakukan di Kedai ini yakni bekerjasama dengan shoppee serta rekanan apps pengantar lain nya, kita juga focus untuk rasa kopi yang kita buat disini”

Lalu pertanyaan lanjutan dilakukan oleh peneliti

9. Peneliti : “Bagaimana sih cara membedakan Kopi janji Jiwa harapan Indah dengan lain nya”
10. Narasumber : “mungkin perbedaan signifikan nya berada di bagian rasa kopi, kalau kita disini berusaha untuk memaksimalkan rasa kopi dari kedai kami, dan jelas segmentasi setiap kedai berbeda – beda kalau disini sih yang jelas kita mengincar lokasi yang muda di temukan dan dekat dengan kampus yang suka ngopi”

Hal ini mungkin seperti yang penulis sudah duga dikarenakan *Brand image* yang sudah besar maka setiap kedai Janji Jiwa hanya menjual produk dengan memiliki ciri khas yang sama dalam setiap kedainya

Lalu penulis menanyakan kesan Narasumber terhadap produknya sendiri, untuk mengetahui opini narasumber terhadap suatu produk yang di jualnya

11. Peneliti : “Kalau menurut anda, apa sih arti janji jiwa itu ?”
12. Narasumber : “Arti dari janji jiwa itu sendiri adalah komitmen kita terhadap konsumen kita, kita menjanjikan rasa yang menenangkan jiwa setiap yang meminumnya atau untuk teman akrab saja ketika kita sedang sekedar nongkrong atau ngopi”

Setelah mendengarkan opini narasumber , peneliti melanjutkan wawancaranya

13. Peneliti : “Kalau untuk Minuman yang best seller disini apa ya ?”
14. Narasumber : “untuk variant minuman yang best seller disini kita ada susu regal untuk non kopi dan blend americano di sini juga terkenal enak”

Peneliti melanjutkan wawancaranya dengan menanyakan tentang Instagram Janji Jiwa

15. Peneliti : “apakah anda tahu tentang Instagram Janji Jiwa ?”
16. Narasumber : “Tentu saja, Instagram janji jiwa berisikan informasi dan berita terupdate mengenai blend / varian baru yang dikeluarkan oleh janji jiwa”

Setelah mendapatkan informasi berikut peneliti melanjutkan pertanyaan nya

17. Peneliti : “apakah menurut mas, Instagram yang di miliki Janji Jiwa berpengaruh dengan penjualan disini ?”
18. Narasumber : “Sangat berpengaruh, karena nama Janji Jiwa sendiri adalah sebuah korporasi dimana dalam semua kedai pengaruhnya tetap sama, jadi dimanapun kedai akan mendapatkan *awareness* yang sama ”

Setelah itu peneliti berterimakasih kepada narasumber karena telah meluangkan beberapa menit untuk menjawab pertanyaan singkat guna untuk mengvalidasi penelitian yang dilaksanakan oleh penulis

Informan

Nama : Zahran Abdullah

Usia :22 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa Universitas Esa Unggul (konsumen)

Tanggal Wawancara : Sabtu, 15 Juli 2022

Deskriptif :

Peneliti pada hari sebelumnya telah membuat janji wawancara kepada narasumber untuk melakukan sesi wawancara, tempat wawancara yang telah disepakati adalah Kampus Universitas Esa Unggul. Untuk membuka sesi wawancara antara penulis dan narasumber, kami terlebih dahulu melakukan pembicaraan ringan seperti membicarakan data umum atau biodata narasumber untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan oleh penulis, lalu dilanjutkan dengan sesi wawancara. Berikut adalah hasil wawancara peneliti dan Narasumber : Pertanyaan pertama dari peneliti adalah menanyakan nama dan pekerjaan narasumber

1. Peneliti : “Selamat sore, maaf dengan siapa saya bicara”
2. Narasumber : “Selamat sore, saya dengan Zahran, saya konsumen Janji Jiwa harapan Indah”

Lalu Pertanyaan lanjutan oleh peneliti adalah menanyakan apa yang di sukai di Kopi Janji Jiwa Harapan Indah

3. Peneliti : “apakah saya boleh tahu, Kenapa sih suka sekali dengan Kopi Janji Jiwa Harapan Indah ?”
4. Narasumber : “sebenarnya saya tidak terlalu menyukai kopi, tetapi minuman non kopi yang di sediakan di Janji Jiwa sangatlah enak”

Dengan jawaban oleh narasumber berikut penulis mencoba menggali lebih dalam tentang Minat beli Kopi Janji Jiwa

5. Peneliti : “Jadi begitu ya, kalau boleh tahu apa sih varian yang di suka dari varian non kopi di Janji Jiwa”
6. Narasumber : “Untuk varian non kopi saya paling suka matcha dan red velvet”

Dari jawaban narasumber bahwa ia sering membeli varian non kopi di Janji Jiwa, Maka akan penulis tanyakan alasan tidak membeli kopi apakah karena preferensi atukah ada alasan lain nya

Lalu peneliti melanjutkan pertanyaan - pertanyaan mengenai strategi periklanan yang dilakukan Kopi Janji Jiwa Harapan Indah yaitu apakah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Kopi Janji Jiwa Harapan indah dalam Pandemi saat ini,

7. Peneliti : “kalau begitu menurut pandangan anda sebagai mahasiswa apakah strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh kedai Kopi Janji Jiwa Harapan Indah saat ini ?”

8. Narasumber : “mungkin strategi yang sekarang dipakai ada di *digital advertising*, Janji jiwa sangat mnggembor gemborkan produknya di dalam media sosial nya”

Lalu pertanyaan lanjutan dilakukan oleh peneliti

9. Peneliti : “Lalu menurut anda kekurangan apa yang dimiliki di Kopi Janji Jiwa Harapan Indah”
10. Narasumber : “Mungkin kurang konsisten di rasa minuman yang di buat, terkadang rasanya terlalu manis kadang tawar mungkin karena berbeda tangan yang membuat atau tidak ada batas takaran dalam pembuatan nya”

Hal ini mungkin seperti yang penulis sudah duga dikarenakan *Brand image* yang sudah besar maka setiap kedai Janji Jiwa hanya menjual produk dengan memiliki ciri khas yang sama dalam setiap kedainya

11. Peneliti : “Lalu apakah strategi yang di gunakan janji jiwa menurut anda sudah berhasil untuk menaikkan jumlah konsumen Kopi Janji Jiwa”
12. Narasumber : “sederhananya sepertinya Janji Jiwa telah berhasil menggunakan strategi tersebut untuk menaikkan jumlah konsumen, apalagi pada masa kritis seperti sekarang”

Lalu penulis menanyakan kesan Narasumber terhadap produk itu sendiri, untuk mengetahui opini narasumber terhadap suatu produk yang di minatnya tersebut

13. Peneliti : “Kalau menurut anda, apa sih arti janji jiwa itu ?”
14. Narasumber : “mungkin menenangkan, bershabat dan juga teman santai”

Setelah mendengarkan opini narasumber, Peneliti melanjutkan wawancaranya dengan menanyakan tentang Instagram Janji Jiwa

15. Peneliti : “apakah anda tahu tentang Instagram Janji Jiwa ?”
16. Narasumber : “Saya Follow kok, banyak info menarik dan banyak reminder untuk event – event yang sedang mereka adakan”

Setelah mendapatkan informasi berikut peneliti melanjutkan pertanyaannya

17. Peneliti : “apakah menurut anda, Instagram yang di miliki Janji Jiwa berpengaruh dengan penjualan di Kopi Janji Jiwa Harapan Indah ?”
18. Narasumber : “Belum tahu pasti tetapi, dengan brand sebesar janji jiwa kemungkinan bisa menaikkan jumlah konsumen hanya dengan sekedar nama saja ”

Setelah itu peneliti berterimakasih kepada narasumber karena telah meluangkan beberapa menit untuk menjawab pertanyaan singkat guna untuk mengvalidasi penelitian yang dilaksanakan oleh penulis

Lampiran 2

Foto Wawancara dengan Narasumber Barista Kopi Janji Jiwa Harapan Indah



Foto Wawancara dengan Narasumber Mahasiswa Konsumen Kopi
Janji Jiwa Harapan Indah

