

LAMPIRAN

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 atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Lampiran 1 Tingkatan *brand awareness* Gora Coffee and Eatery pada responden penelitian.

Tingkatan	Keterangan	n	%
<i>Top of Mind</i>	Menyebutkan Gora Coffee and Eatery sebagai merek yang pertama kali diingat.	7	14%
<i>Brand Recall</i>	Menyebutkan Gora Coffee and Eatery sebagai salah satu dari tiga merek yang diingat.	8	16%
<i>Brand Recognition</i>	Dapat mengenali merek Gora Coffee and Eatery setelah diberi stimulus.	14	28%
<i>Unaware of Brand</i>	Tidak mengenali merek Gora Coffee and Eatery.	21	42%
Total		50	100%

© Hak cipta milik IPB University

IPB University

Lampiran 2 Analisis tabel kontingensi dengan *chi-square test* menggunakan software SPSS

	BrandAwareness		Total					
	1	2		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
KeputusanPembelian	1	22	10	32				
	2	7	11	18				
Total		29	21	50				

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4.217 ^a	1	.040		
Continuity Correction ^b	3.080	1	.079		
Likelihood Ratio	4.223	1	.040		
Fisher's Exact Test				.072	.040
Linear-by-Linear Association	4.133	1	.042		
N of Valid Cases	50				

© Hak cipta milik IPB University

IPB University

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 atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Lampiran 3 Hasil survei responden mengenai saluran dan jenis konten media digital merek kedai kopi

Saluran	n	%
<i>Social media</i> (Facebook, Instagram, Twitter, dll)	30	60%
Mesin pencari umum (Google, Yahoo, Bing, dll)	10	20%
Mesin pencari khusus (Zomato, GoFood/GrabFood, TripAdvisor, dll)	8	16%
<i>Advertisement</i> (FB ads, IG ads, TikTok ads, dll)	2	4%
Total	50	100%

Mencari informasi kedai kopi pada mesin pencari	n	%
Cukup pada halaman pertama / halaman utama	28	56%
Mencari hingga 2 - 3 halaman	16	32%
Mencari hingga lebih dari 3 halaman	6	12%
Total	50	100%

Jenis konten	n	%
Foto produk / menu	15	30%
<i>Café ambience</i>	17	34%
Promo	9	18%
<i>Bar activity</i>	9	18%
Total	50	100%

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Lampiran 4 Pendapat responden terhadap kredibilitas, kualitas, dan kuantitas konten media digital Gora Coffee and Eatery berdasarkan faktor pembangun *brand awareness* pada media digital

Karakteristik informasi	<i>Brand exposure</i>		Total
	Mudah mengenali merek	Tidak	
Kredibilitas	37	13	50
Kualitas	41	9	50

Karakteristik informasi	<i>Customer engagement</i>		Total
	Mempengaruhi interaksi	Tidak	
Kredibilitas	39	11	50
Kualitas	40	10	50

Karakteristik informasi	<i>E-WOM</i>		Total
	Ingin menyebarkan	Tidak	
Kredibilitas	30	20	50
Kualitas	30	20	50

Tujuan	Rata-rata (tayang / minggu)
Mudah mengenal merek	3.36
Mempengaruhi interaksi	3.1

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 atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Lampiran 5 Hasil wawancara mendalam

Nama responden : Bapak Hilman Malili
 Usia : 28 tahun
 Jabatan : Manajer operasional Gora Coffee and Eatery
 Proses wawancara : Tatap muka dan *WhatsApp Call*

Gora Coffee and Eatery merupakan kedai kopi yang dibangun oleh Alm. Moh. Irfan Ali pada Agustus 2018. Namun setelah beliau meninggal dunia pada Juni 2019, kepemilikan dipegang oleh istri yaitu ibu Wahyuningsih Sofyan. Saat ini untuk penanggung jawab operasional kedai kopi hanya dikelola oleh pemilik dan manajer operasional, selanjutnya hanya ada *head bar* dan *head kitchen* untuk penanggung jawab pada masing-masing bagian. Dalam urusan administrasi dan pemasaran sendiri sepenuhnya masih dipegang oleh manajer operasional. Adapun keunggulan yang dimiliki oleh Gora Coffee and Eatery sendiri ialah penggunaan biji kopi tradisional, selain itu sejak awal terbentuk sang pemilik sangat memerhatikan kenyamanan dan kebersihan gerai agar pelanggan dapat betah untuk *nongkrong*. Salah satu kelebihan lain yaitu pemilihan lokasi yang sangat strategis di pinggir jalan raya dan dekat perkantoran, sehingga pada jam istirahat makan siang dan jam pulang kantor Gora Coffee and Eatery seringkali padat akan pelanggan yang merupakan pegawai kantor. Namun karena mengandalkan pelanggan pegawai kantor, Gora Coffee and Eatery kehilangan banyak pelanggan saat akhir pekan.

Kondisi keuangan dari Gora Coffee and Eatery juga terus mengalami penurunan penjualan sejak Agustus 2019. Penurunan penjualan tersebut terjadi karena semakin banyak kedai kopi kompetitor di wilayah Tebet, mengetahui wilayah Tebet dari dulu memang dikenal sebagai salah satu tempat *nongkrong* di Kota Jakarta. Strategi yang dilakukan oleh pihak internal dalam menghadapi peningkatan jumlah pesaing yaitu dengan rutin mengadakan promo dan *posting* foto di media sosial Instagram dan *FB Pages*. Namun dengan strategi yang sudah dilakukan dirasa belum cukup agar dapat bersaing, melihat angka penjualan yang terus menurun. Gora Coffee juga sudah memiliki akun pada *platform Google Review*, namun jarang digunakan oleh pihak internal untuk melakukan strategi komunikasi pemasaran.

Gora Coffee juga salah satu kedai kopi yang terkena dampak pandemi COVID-19, dimana terjadi penurunan penjualan yang sangat signifikan pada pertengahan bulan Maret 2020 saat pandemi mulai ramai di kota Jakarta. Penurunan penjualan terus terjadi pada bulan Mei 2020 dimana pemberlakuan aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Kota Jakarta yang melarang operasional bisnis dengan sistem makan di tempat atau *dine in*. Saat masa PSBB, Gora Coffee and Eatery hanya mengandalkan pemasukan dari pesanan *take away* karena belum melakukan kerjasama dengan *platform delivery online* seperti GoFood dan GrabFood. Sebelum terjadi pandemi Gora Coffee and Eatery juga hanya mengandalkan penjualan melalui gerai atau *offline* karena sempat terjadi pergantian penanggung jawab pada manajer operasional dan proses pengajuan kerjasama dengan *platform delivery online* pada saat itu masih membutuhkan waktu yang cukup lama. Menyadari perkembangan kafe yang terus mengalami penurunan selama bulan April 2020, pihak internal segera mengajukan kerjasama dengan

platform GrabFood untuk menambah saluran penjualan secara *online*. Dan hingga saat ini Gora Coffee and Eatery telah bekerjasama dengan platform GrabFood dan GoFood untuk penjualan secara *online*. Setelah angka penjualan mulai mengalami peningkatan secara perlahan pada bulan Mei 2020 akibat penambahan saluran penjualan secara *online*, pihak internal Gora Coffee and Eatery mulai menyiapkan beberapa strategi operasional maupun pemasaran saat mendengar kabar pelanggaran aturan PSBB Kota Jakarta pada awal bulan Juni 2020. Penerapan protokol kesehatan sudah mulai dipersiapkan dengan baik pada gerai dan mengunggah informasi penerimaan sistem *dine-in* pada akun media sosial milik Gora Coffee and Eatery. Melihat situasi operasional belum dapat pulih sepenuhnya pada masa PSBB transisi, pihak internal berinisiatif untuk memasang iklan pada akun media sosial yang dimiliki yaitu Instagram dan *Facebook Pages* melalui akun Facebook Bisnis milik Gora Coffee and Eatery agar mendapat eksposur yang lebih pada akun media sosial.

Pelaksanaan strategi *social media ads* dilakukan oleh pihak manajer walaupun dengan pengetahuan dan kemampuan yang terbatas. Dalam pemasangan iklan, pihak internal menggunakan Facebook Bisnis untuk memasang dan mengatur iklan. Dalam memasang iklan biasanya Gora Coffee and Eatery mengatur jadwal durasi tayang sekitar 2 atau 3 hari namun lebih sering dengan durasi 3 hari, dimana penentuan durasi ini tidak didasari alasan yang spesifik dan hanya karena menyesuaikan *budget* yang tersedia. Strategi ini termasuk jarang dilakukan oleh pihak internal karena keterbatasan tenaga karena belum terdapat manajer pemasaran pada struktur Gora Coffee and Eatery. Namun pihak manajer sendiri berupaya untuk rutin memasang iklan setiap bulan walau belum terdapat strategi khusus dalam penjadwalan maupun pemilihan konten pada iklan. Selain itu media digital yang dimiliki oleh Gora Coffee and Eatery ialah *website* dimana ide penambahan media digital ini diusung oleh sang pemilik dan menggunakan jasa *freelancer* untuk membangun *website*. *Website* sendiri baru digunakan oleh Gora Coffee and Eatery pada bulan Juli 2020 untuk memberikan informasi mengenai operasional kedai kopi dan informasi umum seputar merek dan menu yang ditawarkan kepada konsumen. Namun, untuk pengelolaan *website* masih jarang dilakukan oleh pihak internal karena kurangnya sumberdaya yang dapat memahami secara mendalam.

Pengelolaan akun media sosial Gora Coffee and Eatery juga belum memiliki strategi khusus untuk mengunggah konten, namun media sosial telah digunakan oleh Gora Coffee and Eatery sejak lama untuk memberikan *update* informasi mengenai operasional maupun promo menggunakan *post feeds* dan *stories*. Manajer biasanya mengunggah gambar melalui Instagram yang kemudian disambungkan ke akun *FB Pages* Gora Coffee and Eatery, sehingga unggahan konten dan informasi pada kedua media sosial tersebut kurang lebih serupa. Namun tingkat *engagement* pada akun media sosial Gora Coffee and Eatery masih terbilang rendah, hal ini mungkin akibat kurang konsisten dalam melakukan unggahan dan mungkin juga akibat kualitas konten yang diunggah belum cukup baik apabila dibandingkan dengan unggahan-unggahan pada akun Instagram merek kedai kopi lain.

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 atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.