

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

PANDUAN WAWANCARA STRATEGI PEMASARAN *COFFEE SHOP* RANTAI KOPI DI KECAMATAN CIHIDEUNG KOTA TASIKMALAYA

A. Informasi Responden

1. Nama Responden :
2. Jabatan/Posisi :
3. Tanggal Wawancara :
4. Pewawancara :

B. Panduan Wawancara

1. Bagian Umum

- 1) Sejak kapan Rantai Kopi berdiri?
- 2) Berapa jumlah karyawan saat ini?
- 3) Apa target pasar utama Rantai Kopi (pelajar, pekerja, umum)?
- 4) Platform media sosial apa saja yang digunakan saat ini?
- 5) Siapa yang mengelola akun media sosial (internal/staf khusus)?
- 6) Seberapa sering Rantai Kopi memposting konten promosi di media sosial?
- 7) Apa tujuan utama Rantai Kopi menggunakan media sosial? (meningkatkan penjualan, branding, informasi produk, dll)
- 8) Apakah pernah mencoba promosi berbayar (iklan digital/endorsement)?

2. Kekuatan

- 1) Apakah menurut Anda platform Instagram Rantai Kopi mudah diakses oleh pelanggan?
- 2) Bagaimana tingkat interaksi pelanggan dengan konten Instagram Rantai Kopi (like, komen, share)?
- 3) Apakah konten yang dibuat (foto, video, story) cukup menarik dan menghibur pelanggan?
- 4) Sejauh mana pelanggan menganggap akun Rantai Kopi sebagai akun yang terpercaya?
- 5) Apakah informasi produk yang disampaikan di media sosial cukup jelas dan detail?
- 6) Menurut Anda, adakah faktor lain di media sosial yang menjadi kekuatan utama Rantai Kopi?
- 7) Apa aspek pemasaran digital yang menurut Anda paling membedakan Rantai Kopi dari pesaing?

3. Kelemahan

- 1) Apakah pelanggan mengeluhkan kesulitan dalam menemukan informasi Rantai Kopi di Instagram?

- 2) Apakah tingkat interaksi pelanggan masih rendah?
- 3) Pernahkah pelanggan merasa terganggu dengan jumlah iklan/promosi?
- 4) Apakah ada kekurangan informasi produk yang disampaikan di platform digital?
- 5) Apakah brand image di media sosial sudah cukup kuat atau masih kurang dikenal?
- 6) Apakah Rantai Kopi memiliki keterbatasan SDM/biaya dalam membuat konten promosi digital?

4. Peluang

- 1) Menurut Anda, tren digital apa yang bisa dimanfaatkan untuk memperluas promosi Rantai Kopi?
- 2) Apakah penggunaan fitur baru (seperti Instagram Reels, Live, atau WhatsApp Business) dapat menjadi peluang baru?
- 3) Menurut Anda, apakah ada peluang mengembangkan pemasaran digital ke platform lain seperti TikTok atau ShopeeFood?
- 4) Apakah ada peluang memperkuat kredibilitas dengan menggandeng influencer lokal?
- 5) Apakah peluang untuk memperluas bisnis digital (seperti pengiriman online atau platform baru) cukup besar?

5. Ancaman

- 1) Apakah pesaing menggunakan strategi pemasaran digital yang lebih efektif?
- 2) Apakah perubahan algoritma Instagram menjadi ancaman bagi visibilitas postingan?
- 3) Apakah kekhawatiran konten promosi Rantai Kopi dianggap berlebihan dan membuat pelanggan jenuh?
- 4) Apakah pesaing menggunakan teknik pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif dibandingkan Rantai Kopi?
- 5) Apakah ada informasi negatif yang tersebar lebih cepat di media sosial dan merusak citra Rantai Kopi?
- 6) Apakah review negatif di Google Maps atau Instagram pernah menjadi masalah?
- 7) Bagaimana perubahan perilaku pelanggan yang semakin bergantung pada kecepatan yang mempengaruhi informasi pemasaran Rantai Kopi?

KUESIONER PELANGGAN
STRATEGI PEMASARAN *COFFEE SHOP* RANTAI KOPI DI
KECAMATAN CIHIDEUNG KOTA TASIKMALAYA

A. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Pendidikan :
5. Alamat :

B. Bagian I: Indikator Digital Marketing

1. *Aksesibilitas*

- 1) Saya dapat dengan mudah menemukan akun Instagram Rantai Kopi.
 Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju
- 2) Informasi produk dan promo mudah ditemukan di Instagram Rantai Kopi.
 Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju
- 3) Tautan lokasi, menu, dan kontak Rantai Kopi mudah diakses melalui Instagram.
 Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

2. *Interaktivitas*

- 1) Rantai Kopi merespons komentar atau pesan saya dengan cepat.
 Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju
- 2) Saya merasa terhubung secara langsung dengan Rantai Kopi melalui media sosial.
 Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju
- 3) Saya nyaman berinteraksi dengan Rantai Kopi melalui Instagram.
 Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

3. *Entertainment*

- 1) Konten yang dibagikan Rantai Kopi menarik untuk dilihat.
 Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju
- 2) Visual kontennya membuat saya tertarik untuk terus mengikuti akun tersebut.
 Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju
- 3) Rantai Kopi menyajikan konten promosi dengan cara yang kreatif dan menyenangkan.
 Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

4. *Kredibilitas*

- 1) Informasi produk dan promosi di Instagram disampaikan secara profesional.
 Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju
- 2) Saya percaya terhadap kualitas yang ditampilkan dalam konten digital mereka.
 Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

- 3) Saya merasa tidak ragu membeli setelah melihat konten Instagram Rantai Kopi.

Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

5. Irritation

- 1) Frekuensi posting kadang membuat saya merasa jenuh.

Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

- 2) Beberapa konten terasa tidak relevan dengan kebutuhan saya.

Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

- 3) Gaya penyampaian promosi terkadang terasa terlalu memaksa.

Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

6. Informativeness

- 1) Promo dan harga selalu diperbarui secara jelas.

Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

- 2) Saya merasa lebih yakin membeli produk setelah melihat kontennya.

Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

- 3) Instagram Rantai Kopi memberi info terbaru seputar menu dan kegiatan usaha.

Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

C. Bagian II: Saran dan Penutupan

1. Jenis konten apa yang menurut Anda paling efektif untuk platform lain selain Instagram?

Video Pendek (Tiktok, Youtube Shorts)

Artikel atau Postingan Informatif (Facebook)

Review atau Testimoni Pelanggan

Lainnya: _____

2. Apakah menurut Anda Rantai Kopi sebaiknya memanfaatkan *platform* pemesanan online seperti GoFood, GrabFood, atau ShopeeFood untuk memperluas jangkauan?

Sangat Setuju Setuju Tidak Setuju Sangat Tidak Setuju

3. Apa saran utama Anda untuk Rantai Kopi dalam memanfaatkan platform media sosial lain selain Instagram?

Lampiran 2 Hasil Wawancara Manajer

FORMAT WAWANCARA
STRATEGI PEMASARAN COFFEE SHOP DI ERA DIGITALISASI MENUJU
INDUSTRI 4.0
 (Studi Kasus *Coffee Shop* Rantai Kopi di Kecamatan Cihideung, Kota Tasikmalaya)

A. Informasi Responden

1. Nama Responden : *Fayenda Ferizaldi*
2. Jabatan/Posisi : *Headbar/Manajer*
3. Tanggal Wawancara : *20 Juni 2025*
4. Pewawancara : *Azril Nurjaman*

B. Panduan Wawancara

1. Bagian Umum

- 1) Sejak kapan Rantai Kopi berdiri?
2022
- 2) Berapa jumlah karyawan saat ini?
satu
- 3) Apa target pasar utama Rantai Kopi (pelajar, pekerja, umum)?
Pekerja dan Pelanggan umum
- 4) Platform media sosial apa saja yang digunakan saat ini?
Instagram dan aplikasi pemesanan makanan Gofood
- 5) Siapa yang mengelola akun media sosial (internal/staf khusus)?
owner dan Manajer (internal)
- 6) Seberapa sering Rantai Kopi memposting konten promosi di media sosial?
Jarang
- 7) Apa tujuan utama Rantai Kopi menggunakan media sosial? (meningkatkan penjualan, branding, informasi produk, dll)
Branding coffee shop agar lebih dikenal oleh orang dan meningkatkan penjualan
- 8) Apakah pernah mencoba promosi berbayar (iklan digital/endorsement)?
Pernah melakukan endorsement dengan influencer lokal

2. Kekuatan

- 1) Apakah menurut anda platform Instagram Rantai Kopi mudah diakses oleh pelanggan?
Mudah karena menggunakan nama Rantai kopi sebagai username
- 2) Bagaimana tingkat interaksi pelanggan dengan konten Instagram Rantai Kopi (like, komen, share)?
Pendah karena yang biasanya aktif itu pelanggan tetap

3) Apakah konten yang dibuat (foto, video, story) cukup menarik dan menghibur pelanggan?

Menarik, ~~akar~~ karena menampilkan suasana coffee shop

4) Menurut anda sejauh mana pelanggan menganggap akun Rantai Kopi sebagai akun yang terpercaya?

Meskipun Instagram rantai kopi belum menggunakan fitur centang biru, tetapi dalam postingan Instagramnya sudah ada postingan yang di tag influencer

5) Apakah informasi produk yang disampaikan di media sosial cukup jelas dan detail? Kurang jelas, karena tidak mencantumkan daftar menu dan harganya, tetapi sudah ada beberapa produk yang di posting di feeds Instagramnya

6) Menurut Anda adakah faktor lain di media sosial yang menjadi kekuatan utama Rantai Kopi? kekuatan utama yang bisa diandalkan adalah feeds dengan

foto yang berlatar suasana kedai, pelanggan tetap juga cukup aktif memposting story ketika berada di rantai kopi karena pelanggan tetap rata-rata teman owner, manajer, dan karyawan.

7) Apa aspek pemasaran digital yang menurut Anda paling membedakan Rantai Kopi dari pesaing?

Rantai kopi menampilkan suasana coffee shop yang bertema japesse di Feeds Instagramnya

2. Kelemahan

1) Apakah pelanggan mengeluhkan kesulitan dalam menemukan informasi Rantai Kopi di Instagram?

Pernah ada pelanggan yang mengeluhkan tidak adanya daftar menu di Instagram rantai kopi

2) Apakah tingkat interaksi pelanggan masih rendah?

Pendah karena pelanggan yang berinteraksi adalah pelanggan tetap, interaksi tersebut juga hanya melalui dm Instagram

3) Pernahkah pelanggan merasa terganggu dengan jumlah iklan/promosi?

Tidak

4) Apakah ada kekurangan informasi produk yang disampaikan di platform digital?

Ada, karena belum mencantumkan daftar menu

5) Apakah brand image di media sosial sudah cukup kuat atau masih kurang dikenal? Kurang dikenal karena followers Instagram rantai kopi masih sedikit dan feeds tentang suasana kedai hanya ada beberapa

6) Apakah Rantai Kopi memiliki keterbatasan SDM/biaya dalam membuat konten promosi digital?

Ya, mengalami keterbatasan biaya dalam melakukan promosi di media sosial

3. Peluang

1) Menurut Anda, tren digital apa yang bisa dimanfaatkan untuk memperluas promosi Rantai Kopi?

Memanfaatkan platform tiktok (membuat video berlatar coffee shop rantai kopi)

- 2) Apakah penggunaan fitur baru (seperti Instagram Reels, Live, atau WhatsApp Business) dapat menjadi peluang baru?
Ya, karena bisa menjangkau pasar yang lebih luas
- 3) Menurut Anda, apakah ada peluang mengembangkan pemasaran digital ke platform lain seperti TikTok atau ShopeeFood? Ada peluang mengembangkan pemasaran ke platform tiktok, tetapi harus berkolaborasi dengan influencer agar video bisa FYP dan rantai kopi lebih dikenal oleh orang
- 4) Apakah ada peluang memperkuat kredibilitas dengan menggandeng influencer lokal?
Ada, karena banyak influencer lokal di Tasikmalaya
- 5) Apakah peluang untuk memperluas bisnis digital (seperti pengiriman online atau platform baru) cukup besar? Peluang untuk memperluas ke shopeefood dan grabfood cukup besar karena bisa menjangkau pelanggan yang lebih luas, terutama pelanggan yang terhalang cuaca saat ingin membeli kopi
4. Ancaman
- 1) Apakah pesaing menggunakan strategi pemasaran digital yang lebih efektif?
Ya, karena coffee shop lain lebih banyak menggandeng influencer lokal
- 2) Apakah perubahan algoritma Instagram menjadi ancaman bagi visibilitas postingan?
Ya, karena terkadang postingan feeds tidak muncul di beranda karena sedikitnya like
- 3) Apakah ada kekhawatiran konten promosi Rantai Kopi dianggap berlebihan dan membuat pelanggan jenuh?
Tidak
- 4) Apakah pesaing menggunakan teknik pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif dibandingkan Rantai Kopi?
Ya
- 5) Apakah ada informasi negatif yang tersebar di media sosial dan merusak citra Rantai Kopi?
Tidak ada
- 6) Apakah review negatif di Google Maps atau Instagram pernah menjadi masalah?
Tidak pernah
- 7) Bagaimana perubahan perilaku pelanggan yang semakin bergantung pada kecepatan yang mempengaruhi informasi pemasaran Rantai Kopi?
Berpengaruh karena biasanya promosi cepat tersebar di pelanggan karena adanya media sosial

Lampiran 3 Hasil Wawancara Karyawan

FORMAT WAWANCARA
STRATEGI PEMASARAN *COFFEE SHOP* DI ERA DIGITALISASI MENUJU
INDUSTRI 4.0
 (Studi Kasus *Coffee Shop Rantai Kopi* di Kecamatan Cihideung, Kota Tasikmalaya)

A. Informasi Responden

1. Nama Responden : *Widia Wulandari*
2. Jabatan/Posisi : *Karyawan*
3. Tanggal Wawancara : *20 Juni 2025*
4. Pewawancara : *Azril Nurjaman*

B. Panduan Wawancara

1. Bagian Umum

- 1) Sejak kapan Rantai Kopi berdiri? *2022*
- 2) Berapa jumlah karyawan saat ini?
Satu
- 3) Apa target pasar utama Rantai Kopi (pelajar, pekerja, umum)?
Pelanggan umum
- 4) Platform media sosial apa saja yang digunakan saat ini?
Instagram dan GoFood
- 5) Siapa yang mengelola akun media sosial (internal/staf khusus)?
Manajer
- 6) Seberapa sering Rantai Kopi memposting konten promosi di media sosial?
Jarang karena lebih fokus pelayanan secara langsung, tetapi sering repost story dari pelanggan
- 7) Apa tujuan utama Rantai Kopi menggunakan media sosial? (meningkatkan penjualan, branding, informasi produk, dll)
Branding dan meningkatkan penjualan
- 8) Apakah pernah mencoba promosi berbayar (iklan digital/endorsement)?
Pernah

2. Kekuatan

- 1) Apakah menurut anda platform Instagram Rantai Kopi mudah diakses oleh pelanggan?
Mudah
- 2) Bagaimana tingkat interaksi pelanggan dengan konten Instagram Rantai Kopi (like, komen, share)?
Cukup rendah

- 3) Apakah konten yang dibuat (foto, video, story) cukup menarik dan menghibur pelanggan?
Cukup menarik dan menghibur
- 4) Menurut anda sejauh mana pelanggan menganggap akun Rantai Kopi sebagai akun yang terpercaya?
Terpercaya karena foto yang ditampilkan di feeds berlatar rantai kopi dan pelanggan sering post story dan mention akun rantai kopi
- 5) Apakah informasi produk yang disampaikan di media sosial cukup jelas dan detail?
Kurang jelas, karena hanya ada beberapa produk yang di posting
- 6) Menurut Anda adakah faktor lain di media sosial yang menjadi kekuatan utama Rantai Kopi?
Feedsnya terlihat estetik dan interior rantai kopi sering dijadikan latar postingan story pelanggan
- 7) Apa aspek pemasaran digital yang menurut Anda paling membedakan Rantai Kopi dari pesaing?
Menampilkan coffee shop yang bertema japanese

2. Kelemahan

- 1) Apakah pelanggan mengeluhkan kesulitan dalam menemukan informasi Rantai Kopi di Instagram?
Pernah ada pelanggan yang menanyakan menu yang dijual
- 2) Apakah tingkat interaksi pelanggan masih rendah?
Cukup rendah
- 3) Pernahkah pelanggan merasa terganggu dengan jumlah iklan/promosi?
Tidak
- 4) Apakah ada kekurangan informasi produk yang disampaikan di platform digital?
Tidak mencantumkan daftar menu di Instagram
- 5) Apakah brand image di media sosial sudah cukup kuat atau masih kurang dikenal?
Masih kurang kuat
- 6) Apakah Rantai Kopi memiliki keterbatasan SDM/biaya dalam membuat konten promosi digital?
Mengalami keterbatasan biaya dan waktu untuk membuat konten

3. Peluang

- 1) Menurut Anda, tren digital apa yang bisa dimanfaatkan untuk memperluas promosi Rantai Kopi?
Membuat video tiktok

- 2) Apakah penggunaan fitur baru (seperti Instagram Reels, Live, atau WhatsApp Business) dapat menjadi peluang baru?
Ya, reels dapat menjadi peluang baru karena jangkauan promosi bisa lebih luas
- 3) Menurut Anda, apakah ada peluang mengembangkan pemasaran digital ke platform lain seperti TikTok atau ShopeeFood?
Ada peluang mengembangkan pemasaran ke platform tiktok dan aplikasi pemesanan lainnya
- 4) Apakah ada peluang memperkuat kredibilitas dengan menggandeng influencer lokal?
Ada, karena banyak influencer yang cukup terkenal di Tasikmalaya
- 5) Apakah peluang untuk memperluas bisnis digital (seperti pengiriman online atau platform baru) cukup besar?
Ya cukup besar

4. Ancaman

- 1) Apakah pesaing menggunakan strategi pemasaran digital yang lebih efektif?
Ya, karena coffe shop lain sudah mempunyai branding yang kuat dan banyak promo di Instagramnya
- 2) Apakah perubahan algoritma Instagram menjadi ancaman bagi visibilitas postingan?
Ya, karena followers rantai kopi masih sedikit jadi story atau feeds tidak muncul di beranda paling awal di Instagram pelanggan
- 3) Apakah ada kekhawatiran konten promosi Rantai Kopi dianggap berlebihan dan membuat pelanggan jenuh?
Tidak
- 4) Apakah pesaing menggunakan teknik pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif dibandingkan Rantai Kopi?
Ya
- 5) Apakah ada informasi negatif yang tersebar di media sosial dan merusak citra Rantai Kopi?
Tidak
- 6) Apakah review negatif di Google Maps atau Instagram pernah menjadi masalah?
Tidak
- 7) Bagaimana perubahan perilaku pelanggan yang semakin bergantung pada kecepatan yang mempengaruhi informasi pemasaran Rantai Kopi?
Mempengaruhi karena coffee shop harus lebih responsive dan semua informasi produk atau promo harus jelas agar pelanggan tetap membeli di rantai kopi

Lampiran 4 Profil Pelanggan Rantai Kopi
Distribusi Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	22	73,3%
Perempuan	8	26,7%
Total	30	100%

Distribusi Pelanggan Berdasarkan Kelompok Usia

Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
17–20	4	13,3%
21–23	21	70,0%
24–26	4	13,3%
>26	1	3,3%
Total	30	100%

Distribusi Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan atau Aktivitas Utama

Status Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Mahasiswa	16	53,3%
Belum Bekerja	6	20,0%
Karyawan	5	16,7%
Freelancer/VA	3	10,0%
Total	30	100%

Lampiran 5 Hasil Kuesioner Pelanggan

Saya dapat dengan mudah menemukan akun Instagram Rantai Kopi.
30 jawaban

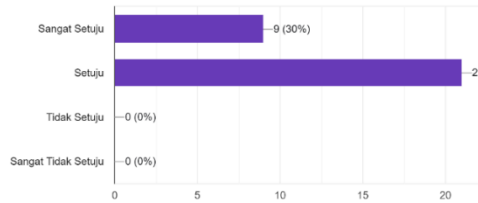


Diagram Hasil Pertanyaan: “Saya dapat dengan mudah menemukan Akun Instagram Rantai Kopi.”

Rantai Kopi merespons komentar atau pesan saya dengan cepat.
30 jawaban

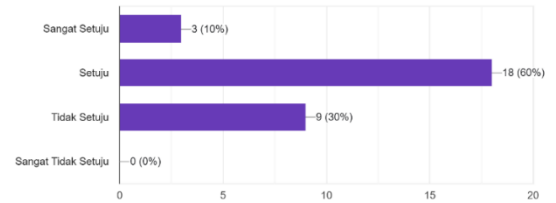


Diagram Hasil Pertanyaan: “Rantai Kopi Merespons Komentar Atau Pesan Saya Dengan Cepat.”

Informasi produk dan promo mudah ditemukan di Instagram Rantai Kopi.
30 jawaban

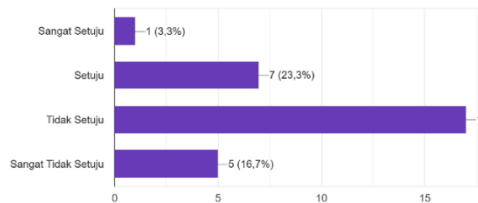


Diagram Hasil Pertanyaan; “Informasi produk dan promo Mudah Ditemukan di Instagram Rantai Kopi.”

Saya merasa terhubung secara langsung dengan Rantai Kopi melalui media sosial.
30 jawaban

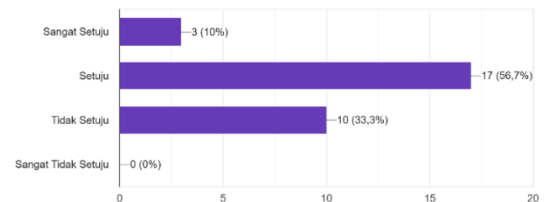


Diagram Hasil Pertanyaan: “Saya merasa terhubung secara langsung dengan rantai kopi melalui media sosial.”

Tautan lokasi, menu, dan kontak Rantai Kopi mudah diakses melalui Instagram.
30 jawaban

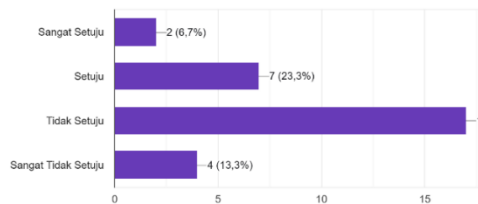


Diagram Hasil Pertanyaan: “Tautan lokasi, menu, dan kontak Rantai Kopi mudah diakses melalui Instagram.”

Saya nyaman berinteraksi dengan Rantai Kopi melalui Instagram.
30 jawaban

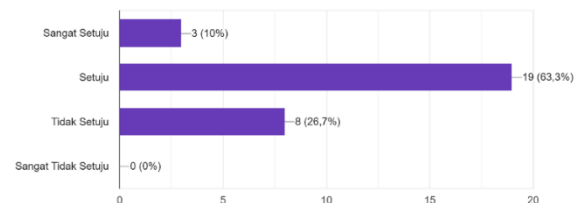


Diagram Hasil Pertanyaan: “Saya nyaman berinteraksi dengan Rantai Kopi melalui Instagram”

Konten yang dibagikan Rantai Kopi menarik untuk dilihat.
30 jawaban

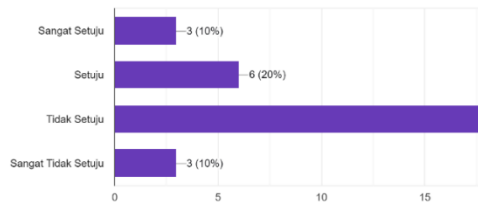


Diagram Hasil Pertanyaan:
"Konten yang dibagikan Rantai Kopi menarik untuk dilihat."

Informasi produk dan promosi di Instagram disampaikan secara profesional.
30 jawaban

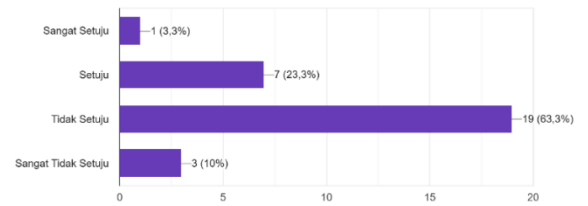


Diagram Hasil Pertanyaan:
"Informasi produk dan promosi di Instagram disampaikan secara profesional"

Visual kontennya membuat saya tertarik untuk terus mengikuti akun tersebut.
30 jawaban

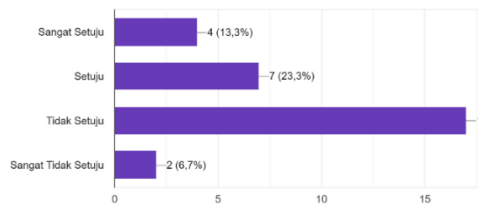


Diagram Hasil Pertanyaan:
"Visual kontennya membuat saya tertarik untuk terus mengikuti akun tersebut"

Saya percaya terhadap kualitas yang ditampilkan dalam konten digital mereka.
30 jawaban

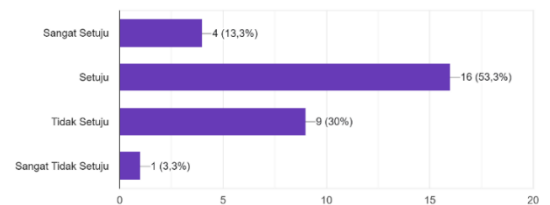


Diagram Hasil Pertanyaan: "Saya percaya terhadap kualitas yang ditampilkan dalam konten digital mereka"

Rantai Kopi menyajikan konten promosi dengan cara yang kreatif dan menyenangkan
30 jawaban

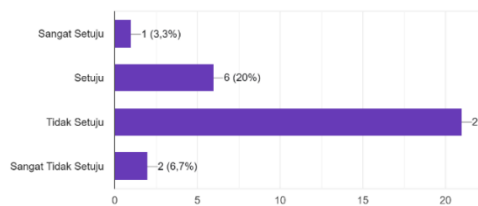


Diagram Hasil Pertanyaan:
"Rantai Kopi menyajikan konten promosi dengan cara yang kreatif dan menyenangkan"

Saya merasa tidak ragu membeli setelah melihat konten Instagram Rantai Kopi.
30 jawaban

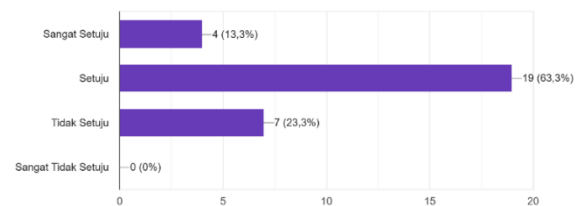
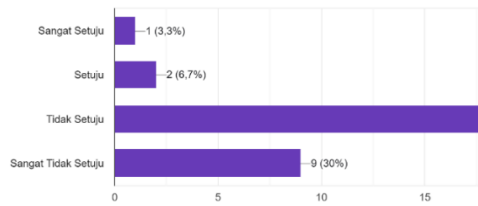


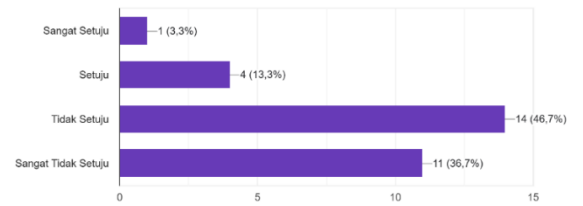
Diagram hasil pertanyaan: "Saya merasa tidak ragu membeli setelah melihat konten Instagram Rantai Kopi"

Frekuensi posting kadang membuat saya merasa jenuh.
30 jawaban



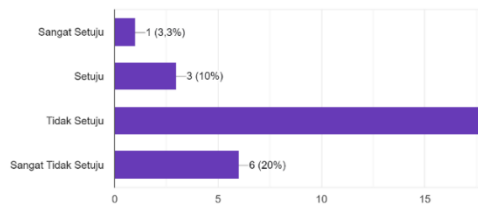
**Diagram Hasil Pertanyaan:
"Frekuensi posting kadang
membuat saya merasa jenuh"**

Promo dan harga selalu diperbarui secara jelas.
30 jawaban



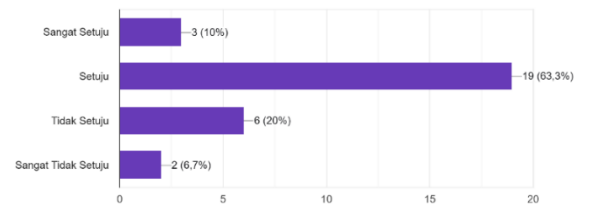
**Diagram Hasil Pertanyaan:
"Promo dan harga diperbarui
secara jelas"**

Beberapa konten terasa tidak relevan dengan kebutuhan saya.
30 jawaban



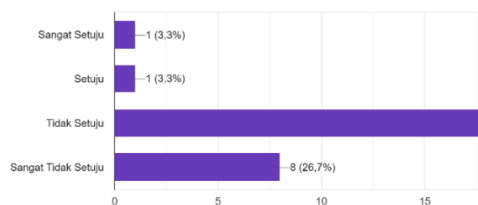
**Diagram Hasil Pertanyaan:
"Beberapa konten terasa tidak
relevan dengan kebutuhan saya"**

Saya merasa lebih yakin membeli produk setelah melihat kontennya.
30 jawaban



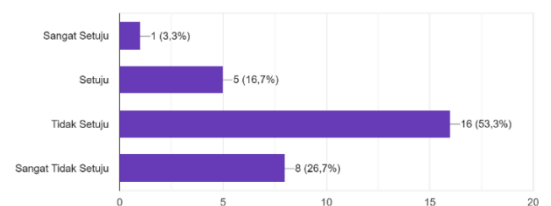
**Diagram hasil pertanyaan: "Saya
merasa lebih yakin membeli
produk setelah melihat
kontennya"**

Gaya penyampaian promosi terkadang terasa terlalu memaksa.
30 jawaban



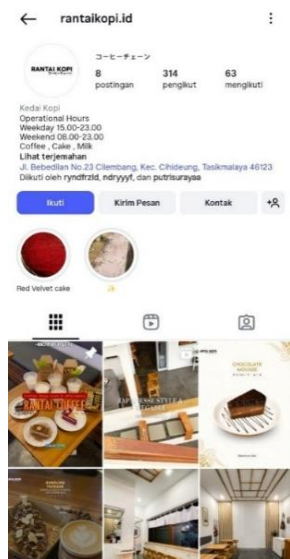
**Diagram Hasil Pertanyaan: "Gaya
penyampaian promosi terkadang
terlalu memaksa"**

Instagram Rantai Kopi memberi info terbaru seputar menu dan kegiatan usaha.
30 jawaban



**Diagram Hasil Pertanyaan:
"Instagram Rantai Kopi memberi
info terbaru seputar menu dan
kegiatan usaha"**

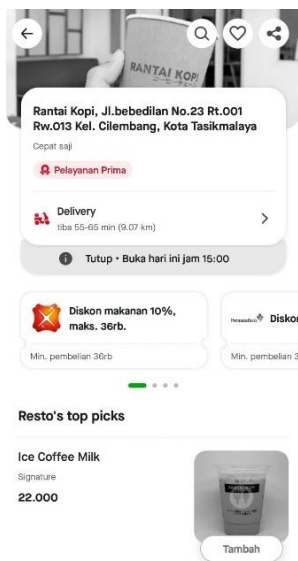
Lampiran 6 Dokumentasi Digital dan Lapangan



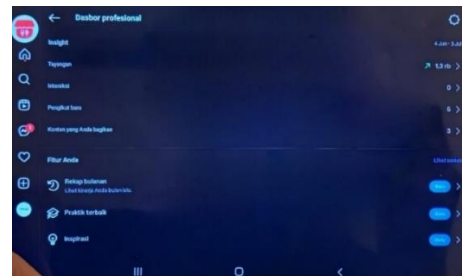
Gambar A. 1 Tampilan Profil Instagram Rantai Kopi
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025



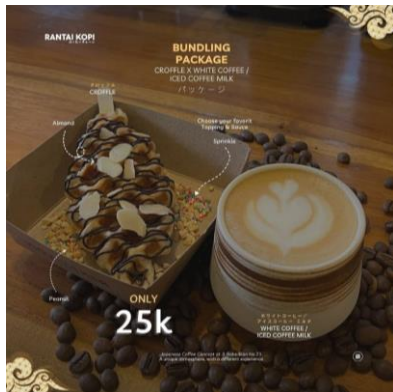
Gambar A. 3 Repost Konten Pelanggan di Instagram Story Rantai Kopi
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025



Gambar A. 2 Tampilan GoFood Coffee Shop Rantai Kopi
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025



Gambar A. 4 Insight Akun Instagram Coffee Shop Rantai Kopi (Periode 4 Juni – 3 Juli 2025)
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025



Gambar A. 5 Bundling Menu Rantai Kopi dalam feed Instagram
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025



Gambar A. 8 Interior Coffee Shop Rantai Kopi
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025



Gambar A. 6 Promosi digital produk dalam feed Instagram
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025



Gambar A. 9 Dokumentasi peneliti bersama manajer Rantai Kopi
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025



Gambar A. 7 Interior Coffee Shop Rantai Kopi
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025



Gambar A.10 Dokumentasi peneliti bersama karyawan Rantai Kopi
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

