

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran I : Pedoman Wawancara

A. Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 4P di Angkringan Kopi Teduh Kota Kediri

1. Strategi Produk

- a. Apa visi pemilik kafe ini terkait dengan variasi menu yang disediakan di Angkringan Kopi Teduh?
- b. Mengapa Anda memilih menyediakan menu tradisional dan kekinian sekaligus di kafe ini?
- c. Bagaimana dengan menyediakan berbagai varian menu dapat membantu menjangkau berbagai kalangan pengunjung?
- d. Menu apa yang biasanya diminati oleh kalangan anak muda dan orang tua?
- e. Mengapa variasi menu dianggap sebagai salah satu kekuatan utama Angkringan Kopi Teduh?
- f. Bagaimana promosi yang dilakukan terkait dengan banyaknya pilihan menu yang tersedia?
- g. Berapa banyak total varian menu makanan dan minuman yang disediakan di Angkringan Kopi Teduh?
- h. Bagaimana kategori menu makanan dan minuman diatur di Angkringan Kopi Teduh?

2. Strategi Harga

- a. Bagaimana cara Angkringan Kopi Teduh menentukan harga untuk setiap menu?

- b. Apa yang menjadi pertimbangan utama dalam menetapkan harga produk di sini?
- c. Bagaimana kualitas bahan baku memengaruhi penetapan harga di Angkringan Kopi Teduh?
- d. Apakah ada menu tertentu yang harganya lebih tinggi karena bahan bakunya lebih mahal?
- e. Bagaimana strategi harga yang diterapkan di Angkringan Kopi Teduh untuk menarik pelanggan dari berbagai kalangan?
- f. Berapa harga menu yang paling terjangkau di sini?
- g. Apa pendapat pelanggan tentang harga di Angkringan Kopi Teduh?
- h. Bagaimana cara Angkringan Kopi Teduh bersaing dengan tempat lain dalam hal harga?
- i. Bagaimana Angkringan Kopi Teduh menentukan harga kopi berdasarkan jenis dan metode penyajiannya?

3. Strategi Lokasi

a. Akses Lokasi

- 1) Mengapa Angkringan Kopi Teduh memilih lokasi di dekat persawahan?
- 2) Bagaimana kemudahan akses menuju kafe ini bagi pengunjung?

b. Visibilitas

- 1) Apakah Angkringan Kopi Teduh mudah terlihat dari jalan utama?
- 2) Apakah ada plakat atau penanda di depan kafe yang membantu orang mengenali lokasinya?

c. Lalu Lintas (Traffic)

- 1) Bagaimana kondisi lalu lintas di sekitar kafe? Apakah banyak orang yang lewat setiap hari?
- 2) Apakah lalu lintas yang ramai di sekitar kafe membantu menarik lebih banyak pengunjung?

d. Tempat Parkir

- 1) Bagaimana kondisi area parkir di Angkringan Kopi Teduh? Apakah cukup luas dan nyaman?
- 2) Apakah keamanan parkir terjamin di sini? Apakah ada fasilitas keamanan seperti CCTV?

e. Ekspansi

- 1) Apakah ada ruang yang cukup di sekitar kafe untuk memperluas area jika dibutuhkan di masa depan?
- 2) Apakah ada rencana untuk memperluas kafe jika jumlah pengunjung terus meningkat?

f. Lingkungan

- 1) Bagaimana suasana lingkungan di sekitar kafe? Apakah nyaman dan sesuai dengan konsep kafe?
- 2) Apakah lokasi kafe ini dekat dengan tempat-tempat menarik atau landmark tertentu yang bisa menarik pengunjung?

4. Strategi Promosi

- a. Media sosial apa yang digunakan oleh Angkringan Kopi Teduh untuk mempromosikan usaha?

- b. Bagaimana Angkringan Kopi Teduh menggunakan media sosial, terutama Instagram, untuk promosi?
- c. Sejak kapan akun media sosial Instagram Angkringan Kopi Teduh aktif?
- d. Apa jenis konten yang sering diunggah di akun Instagram Angkringan Kopi Teduh?
- e. Bagaimana cara Angkringan Kopi Teduh Kota Kediri memanfaatkan postingan dan story di Instagram untuk menarik perhatian pengunjung?
- f. Apakah Angkringan Kopi Teduh menerima booking untuk acara khusus? Fasilitas apa saja yang disediakan untuk booking?
- g. Selain acara, apakah Angkringan Kopi Teduh juga menerima pesanan untuk nasi kotak atau layanan lain?
- h. Berapa banyak postingan, pengikut, dan akun yang diikuti oleh Angkringan Kopi Teduh di Instagram?

B. Penerapan Bauran Pemasaran 4P Angkringan Kopi Teduh Kota Kediri dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung

- 1. Apa yang membuat menu di Angkringan Kopi Teduh menarik bagi pelanggan?
- 2. Bagaimana harga di Angkringan Kopi Teduh mempengaruhi keputusan pelanggan untuk datang?
- 3. Apa yang membuat lokasi Angkringan Kopi Teduh menarik bagi pengunjung?
- 4. Bagaimana cara Angkringan Kopi Teduh mempromosikan kafe ini?

5. Apakah ada perubahan atau inovasi dalam strategi pemasaran dari tahun 2020 hingga 2023?
6. Apa faktor utama yang menurut Anda mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung?
7. Bagaimana respons pengunjung terhadap promosi atau kegiatan khusus yang diadakan?

Lampiran II : Catatan Observasi Penelitian di Angkringan Kopi Teduh, Kota Kediri

Tanggal Observasi: 16 Agustus 2024 dan 20 Agustus 2024

Lokasi: Angkringan Kopi Teduh, Kota Kediri

Tujuan Observasi: Mengidentifikasi penerapan strategi bauran pemasaran (4P) yang meliputi produk, harga, lokasi, dan promosi serta dampaknya terhadap jumlah pengunjung.

Hasil catatan observasi yakni:

1. Strategi Bauran Pemasaran 4P di Angkringan Kopi Teduh

a. Produk

Menu yang ditawarkan sangat beragam terdiri dari 174 pilihan yang meliputi makanan berat nasi uduk burger steak hingga camilan Menu ini menggabungkan hidangan tradisional dan kekinian yang disesuaikan untuk menarik berbagai segmen pelanggan termasuk pelajar dan mahasiswa.

b. Harga

Harga ditetapkan berdasarkan segmen pasar yang ditargetkan dan kualitas bahan baku Harga produk bervariasi antara Rp 3000 hingga Rp 60000 yang dianggap terjangkau oleh pelajar mahasiswa dan keluarga Strategi harga ini berhasil menjaga daya tarik bagi segmen yang diinginkan.

c. Lokasi

Lokasi usaha cukup strategis berada di area tenang dekat sawah yang mudah diakses oleh kendaraan pribadi dan layanan transportasi online Visibilitas dari jalan utama didukung oleh plakat besar yang memudahkan

pengenalan kafe Lokasi yang nyaman dan jauh dari kebisingan kota memberikan suasana santai sesuai preferensi pengunjung Area parkir yang luas aman dan diawasi CCTV menambah sebuah kenyamanan bagi pengunjung.

d. Promosi

Promosi dilakukan melalui media sosial terutama Instagram dan Facebook untuk memperkenalkan menu baru dan suasana kafe Akun Instagram aktif sejak Oktober 2021 memiliki 319 pengikut dan sering mengunggah story untuk menarik perhatian Angkringan juga menyediakan fasilitas untuk booking acara yang menambah daya tarik bagi pengunjung yang ingin mengadakan kegiatan di kafe.

2. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung

a. Dampak Produk dan Harga

Variasi menu yang luas dan harga yang terjangkau telah berhasil menarik berbagai segmen pengunjung Contohnya nasi uduk yang dihargai Rp 6000 dan spageti Rp 14000 menjadi menu populer yang diminati oleh pelajar mahasiswa dan keluarga.

b. Dampak Lokasi

Lingkungan yang tenang dan asri mendukung suasana santai yang diinginkan oleh pengunjung sedangkan akses yang mudah dan parkir luas menambah kenyamanan bagi para pelanggan terutama yang datang dengan kendaraan pribadi.

c. Dampak Promosi

Akun media sosial aktif terutama Instagram memberikan eksposur kepada kafe dan menarik lebih banyak pengunjung dengan postingan yang menarik. Fasilitas booking acara juga menjadi kelebihan tersendiri memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk memesan tempat dalam jumlah besar.

3. Perkembangan Jumlah Pengunjung dari Tahun ke Tahun

Data kunjungan pada tahun 2021 jumlah pengunjung tercatat sebanyak 39872 orang. Jumlah ini mengalami kenaikan signifikan pada tahun 2022 menjadi 58756 orang dan terus bertambah pada tahun 2023 hingga mencapai 65728 orang.

4. Kesimpulan Observasi

Strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Angkringan Kopi Teduh meliputi produk yang bervariasi harga yang terjangkau lokasi yang strategis dan promosi yang efektif melalui media sosial telah berkontribusi secara signifikan dalam menarik jumlah pengunjung yang terus meningkat setiap tahunnya.

Lampiran III : Foto Dokumentasi





Lampiran IV : Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Sunan Ampel No. 7, Kec. Ngronggo, Kota Kediri, Jawa Timur, Kode Pos 64127
Telepon (0354) 689282 | Website: www.iainkediri.ac.id

Nomor : 1775/In.36/D4/PP.07.01.05/09/2024

Kediri, 27 September 2024

Lamp. :-

Perihal : Permohonan Observasi

Kepada

Owner Angkringan Kopi Teduh Kota Kediri

Jl. Harmoni RT 01 RW 06 Kelurahan Manisrenggo, Kecamatan Kota, Kota Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan tugas akhir/menyusun skripsi yang diberikan kepada mahasiswa, maka kami mohon bantuan kepada Bapak/Ibu untuk memberikan kesempatan/ijin kepada mahasiswa yang tersebut di bawah ini, untuk melakukan observasi guna memperoleh data-data yang diperlukan.

Nama : NILNA KARIMAH
NIM : 931317618
Semester : XIII (TIGA BELAS)
Prodi : EKONOMI SYARIAH

Demikian surat permohonan ini kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasam Bapak/Ibu kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Kepala Bagian Tata Usaha



Lampiran V : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



ANGKRINGAN KOPI TEDUH

Jl. Harmoni, RT.01/RW.06, Manisrenggo, Kec. Kota, Kota Kediri

081236728965

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dian

Jabatan : Pemilik/Owner

Dengan ini menerangkan :

Nama : Nilna Karimah

Nomor Induk Mahasiswa : 931317618

Semester : 13

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2024/2025

Universitas : IAIN KEDIRI

Maksud : Mahasiswa tersebut telah melakukan penelitian untuk skripsi
dengan judul **"PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG DI
ANGKRINGAN KOPI TEDUH KOTA KEDIRI"**

Demikian Surat keterangan ini dibuat, kami berharap untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kediri, 20 Agustus 2024

Pemilik/Owner

DIAN

Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup



Peneliti bernama lengkap Nilna Karimah, lahir di Kediri pada tanggal 20 Maret 2001. Peneliti adalah seorang perempuan yang beragama Islam dan saat ini belum menikah. Sebagai warga negara Indonesia, Peneliti tinggal di Lingkungan Sumberejo, RT 10 RW 02, Kelurahan Ngletih, Kecamatan Pesantren, Kota Kediri. Peneliti dapat dihubungi melalui nomor telepon 085855146310 atau email nilnaa2028@gmail.com. Dalam hal pendidikan formal, peneliti menempuh pendidikan dasarnya di MI Nurul Huda dari tahun 2006 hingga 2012. Setelah itu, peneliti melanjutkan pendidikannya di SMP Plus Darussalam dari tahun 2012 hingga 2015. Pada jenjang sekolah menengah kejuruan, peneliti bersekolah di SMKN 2 Kediri hingga tahun 2018. Saat ini, ia sedang menyelesaikan pendidikannya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, dengan masa studi dari tahun 2018 hingga 2023.