

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

I. *Customer Relations*

- Apa yang membedakan Berdikari Kopi dengan *coffee shop* lainnya sehingga menarik perhatian masyarakat / pelanggan?
- Apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menarik minat pelanggan ?
- Kegiatan apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam melakukan pendekatan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan?
- Bagaimana Berdikari Kopi menjaga interaksi dengan para pelanggan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan?
- Apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menciptakan kepuasan pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian secara berkala?
- Bagaimana mekanisme pemberian penghargaan kepada pelanggan yang loyal dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan?
- Apakah Berdikari Kopi melakukan evaluasi terhadap kegiatan *customer relations* yang dilakukan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan?
- Bagaimana cara Berdikari Kopi memengaruhi kesetiaan pelanggan?
- Bagaimana cara Berdikari Kopi dalam mempublikasikan kegiatan *customer relations* kepada masyarakat?
- Apa yang menjadi faktor utama dalam publisitas kegiatan *customer relations* yang dilakukan Berdikari Kopi?
- Apa yang menjadi media identitas Berdikari Kopi agar dikenal dengan mudah oleh pelanggan/ masyarakat?
- Bagaimana kegiatan *customer relations* yang dilakukan Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan?

- Apa yang menjadi faktor penghambat dan pendukung dalam melakukan kegiatan *customer relations* ?
- Apa bentuk partisipasi kegiatan sosial oleh Berdikari Kopi dalam menimbulkan opini publik yang menguntungkan bagi Berdikari Kopi?
- Apakah Berdikari Kopi pernah mensponsori suatu kegiatan?
- Apa *feedback* yang didapat?

II. Loyalitas Pelanggan

- Apa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Berdikari Kopi?
- Bagaimana kualitas produk dan pelayanan di Berdikari Kopi?
- Bagaimana citra Berdikari Kopi dimata masyarakat/ pelanggan?
- Apa manfaat yang diberikan Berdikari Kopi kepada pelanggan?
- Apa faktor yang menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap Berdikari Kopi?
- Bagaimana interaksi yang dilakukan Berdikari Kopi dengan para pelanggan?
- Bagaimana yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menangani keluhan (*complain*) pelanggan?
- Bagaimana tolok ukur harga yang ditawarkan pada setiap produk di Berdikari Kopi?
- Pencapaian apa saja yang telah diraih oleh Berdikari Kopi?

HASIL WAWANCARA

NAMA : Mukhlas Prayogo (27tahun)

JABATAN : Owner

HARI/ TANGGAL : Jum'at, 11 Maret 2022

I. *Customer Relations*

- Apa yang membedakan Berdikari Kopi dengan *coffee shop* lainnya sehingga menarik perhatian masyarakat / pelanggan?
“Jika kita melihat *coffee shop* saat ini pada umumnya mengadakan *live music* pada kafe mereka, namun tidak di Berdikari; kami tidak mengadakan *live music*, tapi mengadakan kegiatan kolektif seni kriya, rupa, kelas edukasi, sastra, hingga belajar bahasa isyarat, jadi cukup membedakan sih”
- Apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menarik minat pelanggan ?
“Pada umumnya sebuah *coffee shop*, kami juga menghadirkan sebuah potongan harga di waktu tertentu, diskon semisal dengan potongan harga saat ngopi pagi, lalu juga ngopi sore, selain itu juga dengan nama produk yang cukup identik dengan karakter Berdikari itu sendiri”
- Kegiatan apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam melakukan pendekatan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan?
“Dengan hadirnya program kolektif yang ada di Berdikari sendiri, selain menjadi identitas, itu juga menjadi pencipta dalam kelayaitasan pelanggan sejauh ini. Selain itu juga Berdikari selalu menjaga pelayanan yang baik terhadap pelanggan, *hospitality*, itu sih yang menciptakan loyalitas pelanggan, bahkan memperkuat..”
- Bagaimana Berdikari Kopi menjaga interaksi dengan para pelanggan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan?
“Biasanya di media sosial itu ada beberapa customer yang update di snapgram atau postingannya menandai akun instagram Berdikari, nah kami memposting ulang updatean tersebut, mungkin itu bisa menjaga interaksi ya dengan membagikan ulang apa yang pengunjung bagikan, yang menandakan di Berdikari, itu sih interaksi yang dijaga oleh Berdikari sendiri..”

- Apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menciptakan kepuasan pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian secara berkala?
“Dengan menyajikan kualitas produk yang sangat baik yang juga disukai banyak pelanggan, itu jadi konsumsi yang kekal menurut kami yang pasti pelanggan beli lagi, juga Berdikari terbuka dalam menerima kritik atau masukan dari pelanggan sebagai bahan evaluasi”
- Bagaimana mekanisme pemberian penghargaan kepada pelanggan yang loyal dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan?
“Kalau untuk voucher khusus gitu belum ada seperti itu, sebetulnya tujuan Berdikari mengadakan potongan harga itu adalah salah satu apresiasi, selain dari bagian marketing, itu juga merupakan apresiasi dari Berdikari kepada customer..”
- Apakah Berdikari Kopi melakukan evaluasi terhadap kegiatan *customer relations* yang dilakukan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan?
“Iya. Setiap 2 minggu sekali kami selalu melakukan evaluasi, kalau program setiap acara kegiatan selesai kami melakukan evaluasi, apa yang menyebabkan kegiatan berlangsung tidak kondusif misal, dan apa saja yang membuat program kurang diminati, tapi sejauh ini program yang kami lakukan cukup banyak peminatnya ”
- Bagaimana cara Berdikari Kopi memengaruhi kesetiaan pelanggan?
“Dengan melakukan evaluasi yang jelas kita akan menyajikan produk yang lebih baik dari sebelumnya, kita juga menjaga kualitas, untuk program kita juga akan mengadakan program yang lebih kondusif gitu”
- Bagaimana cara Berdikari Kopi dalam mempublikasikan kegiatan *customer relations* kepada masyarakat?
“Ada 2 sih, kalau secara *online*, Berdikari selalu membagikan informasi kegiatan melalui akun Instagram. Nah untuk *offline* pembagian informasi kegiatan dibantu oleh teman-teman komunitas terkait, dari mulut ke mulut gitu”
- Apa yang menjadi faktor utama dalam publisitas kegiatan *customer relations* yang dilakukan Berdikari Kopi?
“Pertama, kekuatan media sosial. Kedua, kekuatan komunitas. Ketiga, kekuatan identitas. Identitas juga termasuk ya karena ketika identitas terbentuk, orang-orang tuh menunggu apa yang Berdikari bagikan gitu..”
- Apa yang menjadi media identitas Berdikari Kopi agar dikenal dengan mudah oleh pelanggan/ masyarakat?

“Secara umum, identitas Berdikari melekat dengan sebutan *coffee shop independent* atau kedai kopi yang medeka. Secara segmented, identitas Berdikari ialah kedai kopi yang tidak hanya menyajikan produk fnb, tapi juga menjadi ruang kolektif bagi penggiat seni kriya, rupa, sastra, hingga sosial”

- Bagaimana kegiatan *customer relations* yang dilakukan Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan?
“Dengan mengadakan program-program kolektif secara rutin dan berkala. Programnya kelas belajar ya , workshop seni kriya itu ada macrame, rajut, pentas seni sastra, seni rupa, diskusi bahas film, dan kelas bahasa isyarat, bahkan juga ada kegiatan bakti sosial waktu pandemi.. ”
- Apa yang menjadi faktor penghambat dan pendukung dalam melakukan kegiatan *customer relations* ?
“Kalau penghambatnya belum ada sih sejauh ini, kalau faktor pendukung yaitu kekuatan komunitas ya”
- Apa bentuk partisipasi kegiatan sosial oleh Berdikari Kopi dalam menimbulkan opini publik yang menguntungkan bagi Berdikari Kopi?
“Sempat 2tahun terakhir, tahun 2020-2021 Berdikari bersama teman-teman membuat kolektif sembako yang dibagikan kepada mereka yang terdampak saat pandemi, selama satu bulan lebih gitu muter secara acak wilayahnya..”
- Apakah Berdikari Kopi pernah mensponsori suatu kegiatan?
“Pernah mensponsori kegiatan perlombaan penyeduhan kopi, terus kegiatan komunitas motor juga pernah salah satunya, skala lokal sih masih kabupaten”
- Apa *feedback* yang didapat?
“Sebenarnya sama aja ya brand image yang baik, terus mengenalkan juga bahwa ada coffeeshop Berdikari Kopi, jadinya mendatangkan pelanggan baru..”

II. Loyalitas Pelanggan

- Apa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Berdikari Kopi?
“Yang pertama sih kualitas produk ya, membuat kualitas produk yang baik juga diminati banyak pelanggan, selanjutnya suasana tempat karena teman-teman suka sama suasana disini, juga pelayanan yang ramah dari Berdikari sendiri”
- Bagaimana kualitas produk dan pelayanan di Berdikari Kopi?

“Pastinya Berdikari mengoptimalkan kualitas yang terbaik untuk pelanggan”

- Bagaimana citra Berdikari Kopi dimata masyarakat/ pelanggan?
“Dimata masyarakat amat baik, feedbacknya ramah dan amat baik sih ya, bagus soalnya dikenal dengan kedai kopi yang ramah katanya”
- Apa manfaat yang diberikan Berdikari Kopi kepada pelanggan?
“kalau dilihat dari program kegiatan yang kami lakukan, pelanggan yang mengikuti kegiatan akan menambah pengetahuan, wawasan, menambah keahlian karena ada kelas belajar seni kriya, terus menumbuhkan rasa kepedulian juga karena adanya kegiatan sosial”
- Apa faktor yang menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap Berdikari Kopi?
“Dengan menghadirkan kualitas produk yang baik sesuai dengan apa yang pelanggan keluarkan..”
- Bagaimana interaksi yang dilakukan Berdikari Kopi dengan para pelanggan?
“Interaksinya lumayan baik, Berdikari terbuka dalam masukan maupun kritik. Karena kita terbuka dengan pelanggan, terus dari segi pelayanan dikasir kita tanyakan bagaimana ada keluhan atau masukan gitu..”
- Bagaimana yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menangani keluhan (*complain*) pelanggan?
“Pastinya menyampaikan permohonan maaf terlebih dahulu, kemudian mengecek apakah produk benar bermasalah, tapi meskipun benar bermasalah atau tidak, Berdikari akan tetap menyajikan ulang produk yang dikeluhkan oleh pelanggan sebagai permintaan maaf. Nah, jika ternyata benar bermasalah pasti akan mengevaluasi kembali apa yang menjadi masalah agar tidak terjadi hal tersebut kembali”
- Bagaimana tolok ukur harga yang ditawarkan pada setiap produk di Berdikari Kopi?
“Yang pertama kita lihat harga pasaran yang ada ya kemudian kita compare dengan tempat yang kita sesuaikan dengan kenyamanan pelanggan, tools yang proper, dan fasilitas yang disediakan bisa cocok dengan harga yang ditawarkan..”
- Pencapaian apa saja yang telah diraih oleh Berdikari Kopi?

“Barista Berdikari menjadi salah satu finalis kejuaraan di perlombaan penyeduhan kopi di Bekasi, Berdikari juga kerap diundang dalam seminar yang berhubungan dengan bisnis sebagai pemateri...”

HASIL WAWANCARA

NAMA : Furqon (25 tahun)
JABATAN : Head Barista
HARI/ TANGGAL : Sabtu, 26 Maret 2022

I. Customer Relations

• Apa yang membedakan Berdikari Kopi dengan *coffee shop* lainnya sehingga menarik perhatian masyarakat / pelanggan?

“Seperhatian aku, bedanya Berdikari sama *coffeeshop* lainnya banyak kan *coffeeshop* di Bekasi yang ngadain *live music*, jarang ada *coffeeshop* yang ngadain kegiatan-kegiatan sosial atau kegiatan yang berbau sastra seni , Cuma di Berdikari aja sih kayaknya yang ada kegiatan kayak gitu.. ”

• Apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menarik minat pelanggan ?

“Ya yang tadi sih, kayak kegiatan-kegiatan, *workshop* terus malam apresiasi puisi, trus ada promo juga sama kayak kedai kopi lainnya ada promo, ya paling dari kegiatan-kegiatannya sih ya yang pertama yang mencolok dari Berdikari sendiri”

• Kegiatan apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam melakukan pendekatan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan?

“loyalitas.. yang pertama yang penting apa yang disuguhkan untuk pelaggan sih ya, minuman dan makanannya , yang kedua harga yang sesuai dengan apa yang kita sajikan, *hospitality* dan kualitas, trus suasana kedai kopinya..”

• Bagaimana Berdikari Kopi menjaga interaksi dengan para pelanggan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan?

“Pertama kita sambut di kasir depan ya, trus kita tanya mau pesan apa, ucapin salam selamat pagi, siang sore atau malam, trus kita ajak ngobrol rekomendasikan produk apa yang cocok sama *customer* ini. Yang kedua, kalau buat aku dari sosmed sih, *customer* yang sering ngetag kami di *story* instagram ini kita post ulang di instagram Berdikari juga... ”

• Apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menciptakan kepuasan pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian secara berkala?

“Pembelian secara berkala ya berarti, pastinya dari kualitas ya, apa yang *customer* minta kita sajikan dengan kualitas yang terbaik dari minuman dan makanannya, trus *hospitality* kitanya ke *customer*, kayak cara kita melayani *customer* di kasir, atau engga pas kita anterin minumannya, atau di saat *customer* sendiri kita tawarin untuk ditemenin ngobrol , jadi biar dia asik aja dan mau kesini lagi karena senang dengan pelayanan dari baristanya ”

• Bagaimana mekanisme pemberian penghargaan kepada pelanggan yang loyal dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan?

“kalau untuk penghargaan pembelian sih engga ada, paling adanya potongan harga di jam-jam tertentu, kayak di jam pagi sama sore, pelanggan yang baru dan yang lama sama aja disini engga dibedakan ”

• Apakah Berdikari Kopi melakukan evaluasi terhadap kegiatan *customer relations* yang dilakukan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan?

“Evaluasi biasanya sih setiap 2minggu sekali ya, paling telat atau paling sedikit itu sebulan sekali itu yang paling telat, tapi rata-rata 2minggu sekali kita adain evaluasi dari internal atau dari kegiatan-kegiatan atau dari minuman- minuman yang kita jual disini sama makanannya”

• Bagaimana cara Berdikari Kopi memengaruhi kesetiaan pelanggan?

“Kesetiaan pelanggan ya evaluasi sih yang paling penting, terus produk yang disajikan pasti yang terbaik dari yang sebelumnya, terus kayak program-program potongan harga itu kita tetep jalan terus sih, sama jam buka yang paling pasti, konsisten buka dari pagi sampai malam, dari jam 8 pagi sampai 11 malam ”

• Bagaimana cara Berdikari Kopi dalam mempublikasikan kegiatan *customer relations* kepada masyarakat?

“yang paling sering dari *story* instagram, kita selalu *update* di *story* setiap hari kalau kita sudah buka, atau di jam-jam promo, sama yang tadi kegiatannya, kegiatan-kegiatan yang ada di Berdikari kayak malam apresiasi puisi, *workshop*, atau engga kegiatan belajar lainnya ”

• Apa yang menjadi faktor utama dalam publisitas kegiatan *customer relations* yang dilakukan Berdikari Kopi?

“Faktor utama publisitasnya media sosial.. ”

• Apa yang menjadi media identitas Berdikari Kopi agar dikenal dengan mudah oleh pelanggan/ masyarakat?

“Identitas Berdikari itu dari nama, Berdiri di kaki sendiri kan ya, sebenarnya Berdikari engga selalu tentang minuman dan makananya, yang lebih dominan sebenarnya dari kegiatan-kegiatan yang ada di Berdikari yang bikin jelas identitas Berdikarinya, kayak yang tadi kegiatan malam apresiasi puisi, trus kelas bahasa isyarat, *workshop*, yang gitu sih yang bikin identitas Berdikari mencolok trus juga di kenal orang-orang ”

• Bagaimana kegiatan *customer relations* yang dilakukan Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan?

“Kegiatannya yang paling sering malam apresiasi puisi, terus *workshop*, kelas bahasa, pernah juga ada bedah buku, terus beberapa kali juga pernah ngadain kolektif untuk sumbangan gitu gitu sih.., ada rajut, *macrame* untuk kelas *workshopnya* ”

• Apa yang menjadi faktor penghambat dan pendukung dalam melakukan kegiatan *customer relations*?

“ Kalau penghambatnya sejauh ini mungkin dari cuaca gitu , kayak pandemi, dari faktor alam gitu sih, kalau faktor internal jalan terus ya kegiatannya ”

• Apa bentuk partisipasi kegiatan sosial oleh Berdikari Kopi dalam menimbulkan opini publik yang menguntungkan bagi Berdikari Kopi?

“Selama pandemi kita pernah ngadain sembako kolektif, kita ngumpulin dana dari kolektif, trus dananya itu kita belikan sembako, kita kasih ke orang-orang dipinggir jalan yang menurut kita membutuhkan ya kita kasih, itu sih kegiatan sosial yang pernah di adain di Berdikari selama pandemi”

• Apa *feedback* yang didapat?

“Brand image yang baik ya, Berdikari yang gamelulu soal bisnis, ada loyalitas pelanggan, juga hadirnya pelanggan baru, itu sih”

• Apakah Berdikari Kopi pernah mensponsori suatu kegiatan?

“Selama ini sering juga untuk kegiatan di eksternal, Berdikari sering jadi sponsor kegiatan-kegiatan acara kopi, atau kegiatan-kegiatan komunitas, terakhir komunitas motor , jadi sponsor Berdikari”

• Apa *feedback* yang didapat? (Bila pernah melakukan sponsor)

“Sama ya, brand image yang baik, terus juga kenalin bahwa ada *coffeeshop* namanya Berdikari Kopi jadi mendatangkan pelanggan baru.

II. Loyalitas Pelanggan

- Apa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Berdikari Kopi?
“Pertama ya kualitas produk, terus juga suasana tempat, sama pelayanan sih disini yang paling menonjol jadi pelanggan puas dan datang kesini lagi ”
- Bagaimana kualitas produk dan pelayanan di Berdikari Kopi?
“Pastinya Berdikari mengoptimalkan kualitas yang terbaik untuk pelanggan, dari minuman atau makanannya. ”
- Bagaimana citra Berdikari Kopi dimata masyarakat/ pelanggan?
“Sejauh ini lumayan baik sih, dari lingkungan sekitar sini dan dari *customers feedbacknya* baik, banyak yang bilang pelayanan disini ramah.”
- Apa manfaat yang diberikan Berdikari Kopi kepada pelanggan?
“Yang aku lihat manfaat yang mereka dapatkan itu bisa kerja disini karena disediakan wi-fi kan, terus atau yang lagi jenuh dirumah pengen punya temen ngobrol datang sendiri kesini baristanya juga sering kok nemenin *customer* yang datang sendiri, dan yang paling penting dapat kualitas produk yang bagus dari sini minuman yang kita suguhkan untuk mereka.. dari program kegiatan kayak contoh kelas *workshop* kelas rajut dari yang mereka yang tidak bisa ngerajut terus dengan adanya kegiatan tersebut kita ajarin disini sampai mereka ngerti dasarnya dan bisa atau ga kayak *macramé*, terus ada kelas Bahasa isyarat mereka jadi tahu bagaimana berbicara dengan orang-orang yang tunarungu gitu”
- Apa faktor yang menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap Berdikari Kopi?
“Yang pasti menghadirkan kualitas yang baik sih sesuai dengan apa yang pelanggan keluarkan. Apa yang pelanggan mau ya kita buat yang terbaik”
- Bagaimana interaksi yang dilakukan Berdikari Kopi dengan para pelanggan?
“Interaksi dengan *customer* baik seperti menjalin komunikasi melalui online dengan *merepost* postingan pelanggan yang berkunjung ke Berdikari, menemani pelanggan yang datang sendiri, seperti itu ”
- Bagaimana yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menangani keluhan (*complain*) pelanggan?
“Kayak missal kita salah nyajikan produk ke *customer* ya, caranya Pertama yang paling penting kita minta maaf karena udah salah buat pesanan, terus produk yang udah salah tadi kita ga Tarik lagi, kita kasih gratis buat mereka tapi kita buat juga produk baru yang

sesuai dengan produk pesanannya. Abis itu kita evaluasi masalahnya biar ga terulang lagi hal tersebut”

• Bagaimana tolok ukur harga yang ditawarkan pada setiap produk di Berdikari Kopi?

“Berarti harga yang sesuai dengan produk ya, hmm yang pertama lihat harga pasaran, terus dari harga itu kita sesuai ga dengan kenyamanan pelanggan dari fasilitas yang kita sediakan cocok ga dengan harga segitu. Itu yang jadi pertimbangan kita sebagai tolok ukur harga yang kita tawarkan dari produk-produk yang kita jual.”

• Pencapaian apa saja yang telah diraih oleh Berdikari Kopi?

“Pencapaian Berdikari, barista kita pernah jadi salah satu finalis kejuaraan di perlombaan penyeduhan kopi di Bekasi. Terus Berdikari sering diundang ke seminar-seminar, seminar kampus atau kegiatan yang berhubungan dengan bisnis sebagai pemateri, lebih sering jadi pemateri sih di kegiatan luar.”

HASIL WAWANCARA

NAMA : Andi (25 tahun)
JABATAN : Assistant Manager
HARI/ TANGGAL : Selasa, 05 April 2022

I. *Customer Relations*

• Apa yang membedakan Berdikari Kopi dengan *coffee shop* lainnya sehingga menarik perhatian masyarakat / pelanggan?

“Bedanya sama *coffeeshop* yang ada di Bekasi itu, kebanyakan kan ngadain *live music*, sedangkan Berdikari lebih sering ngadain kegiatan-kegiatan yang kayak Malam Apresiasi Puisi, Kelas Bahasa Isyarat.. ”

• Apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menarik minat pelanggan ?

“Kita adain diskon-diskon kayak ngopi pagi, terus *takeaway* menggunakan tumblr kita diskon gitu... ”

• Kegiatan apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam melakukan pendekatan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan?

“Iya kegiatan kolektif yang ada di Berdikari itu sendiri sih, itu juga menjadi identitas Berdikari, selain itu juga Berdikari selalu menjaga pelayanan yang baik terhadap pelanggan ”

• Bagaimana Berdikari Kopi menjaga interaksi dengan para pelanggan untuk loyalitas pelanggan?

“Biasanya kita di media sosial itu ada beberapa *customer* yang *update* di *snapgram* gitu terus kita *repost* ulang di instagram kita, terus kami sering ngobrol juga dengan *customer-customer* yang datang kesini ”

• Apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menciptakan kepuasan pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian secara berkala?

“Biasanya kalau kepuasan itu kan bisa ada dua ya, dari rasa sama dari pelayanannya, nah kalau si *customer* suka puas dengan pelayanannya, terus dari rasanya kopinya gitu ”

- Bagaimana mekanisme pemberian penghargaan kepada pelanggan yang loyal dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan?

“Kalau itu sih biasanya kalau lagi ada acara, kayak ulangtahun Berdikari kita ada *merchandise* gitu berapa tahunnya Berdikari gitu.. ”

- Apakah Berdikari Kopi melakukan evaluasi terhadap kegiatan *marketing public relations* yang dilakukan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan?

“Untuk itu ada setiap 2minggu sekali kita selalu melakukan eval (evaluasi), kalau program setiap acara kegiatan selesai kami selalu melakukan eval (evaluasi) itu.. ”

- Bagaimana cara Berdikari Kopi memengaruhi kesetiaan pelanggan?

“Biasanya kita selalu melakukan eval (evaluasi) setiap menyajikan produk biar lebih baik dari sebelumnya, kita juga menjaga kualitas, untuk program kita juga akan mengadakan program yang lebih kondusif gitu”

- Bagaimana cara Berdikari Kopi dalam mempublikasikan kegiatan *marketing public relations* kepada masyarakat?

“Ada 2 sih, kalau secara *online*, Berdikari selalu membagikan informasi kegiatan melalui akun *instagram*. Nah untuk *offline* pembagian informasi biasanya dari temen-temen sih..”

- Apa yang menjadi faktor utama dalam publisitas kegiatan *marketing public relations* yang dilakukan Berdikari Kopi?

“ Biasanya yang paling ini dari *instagram* sih, cuman karena temen-temen juga.. ”

- Apa yang menjadi media identitas Berdikari Kopi agar dikenal dengan mudah oleh pelanggan/ masyarakat?

“ Berdikari Kopi itu kalau di Tambun dikenal sebagai *coffeeshop* yang *independent* gitu, media yang digunakan paling ya *instagram* gitu ”

- Bagaimana kegiatan *marketing public relations* yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menciptakan loyalitas pelanggan?

“Ya mengadakan program-program kolektif secara rutin dan berkala, programnya ada kelas belajar sama *workshop* seni karya gitu.. ”

- Apa yang menjadi faktor penghambat dan pendukung dalam melakukan kegiatan *marketing public relations*?

“Kalau hambatannya belum ada sih sejauh ini, kalau pendukung ya kekuatan komunikasi aja.. ”

- Apa bentuk partisipasi kegiatan sosial oleh Berdikari Kopi dalam menimbulkan opini publik yang menguntungkan bagi Berdikari Kopi?

“Ada kita kayak ngadain sembako kolektif gitu... dibagiin ke masyarakat sekitar”

• Apa *feedback* yang didapat?

“Dampaknya banyak temen-temen yang tau Berdikari, terus kayak mereka juga ikutan peduli gitu sama orang-orang”

• Apakah Berdikari Kopi pernah mensponsori suatu kegiatan?

“Pernah mensponsori kegiatan perlombaan penyeduhan kopi di daerah Mangunjaya”

• Apa *feedback* yang didapat? (Bila pernah melakukan sponsor)

“Jadi lebih dikenal sama anak-anak pecinta kopi di daerah Bekasi..”

II. Loyalitas Pelanggan

• Apa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Berdikari Kopi?

“Dari kualitas produk dan pelayanan yang diberikan ke pelanggan”

• Bagaimana kualitas produk dan pelayanan di Berdikari Kopi?

“Kalau menurut aku sendiri cukup baik sih, karena kayak temen-temen yang kesini bilang wah enak banget sih dari pelayanannya sama kualitasnya (kopi)”

• Bagaimana citra Berdikari Kopi dimata masyarakat/ pelanggan?

“Citra Berdikari cukup bagus ya.. “

• Apa manfaat yang diberikan Berdikari Kopi kepada pelanggan?

“Manfaatnya dari kegiatan-kegiatan itu kan jadi banyak temen, terus jadi banyak kenalan juga jadi peduli sama orang-orang..”

• Apa faktor yang menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap Berdikari Kopi?

“Biasanya kita ajak ngobrol, terus coba diakrabin aja, lama-lama dekat jadi sering kesini deh.. ”

• Bagaimana interaksi yang dilakukan Berdikari Kopi dengan para pelanggan?

“Interaksinya lumayan baik, kita terbuka dengan *customer*..”

• Bagaimana yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menangani keluhan (*complain*) pelanggan?

“Belum ada keluhan sih sejauh ini... kalau ada paling ya kita minta maaf dulu, sebelumnya dicek apakah benar ada masalah, ada atau tidak masalah kita tetap sajikan ulang produknya, nah jika ditemukan masalah itu bakal di evaluasi ”

- Bagaimana tolok ukur harga yang ditawarkan pada setiap produk di Berdikari Kopi?

“Yang pertama ya kita liat harga pasaran yang ada, terus kita *compare* dengan tempat yang kita sesuaikan dengan kenyamanan pelanggan yang proper sama fasilitas yang kita sediakan, bisa cocok sama harga yang ditawarkan ”

- Pencapaian apa saja yang telah diraih oleh Berdikari Kopi?

“Pernah jadi salah satu finalis kejuaraan di perlombaan penyeduhan kopi di Bekasi...”

HASIL WAWANCARA

NAMA : Rizky (26tahun)
JABATAN : Customer 1 (Triangulasi I)
HARI/ TANGGAL : Juma't, 11 Maret 2022

I. *Customer Relations*

- Apa yang membedakan Berdikari Kopi dengan coffee shop lainnya sehingga menarik perhatian masyarakat / pelanggan ?
“**Bedanya Berdikari punya ruangan khusus di belakang ada taman, sama coffeshopnya ini punya kegiatan kolektif gitu, punya kegiatan sendiri**”
- Apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menarik minat pelanggan ?
“**Yang menarik ya? Dari produknya enak berbeda gitu punya rasa original, mocktail series**”
- Kegiatan apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam melakukan pendekatan untuk menciptakan loyalitas pelanggan?
“**Pernah ikut pameran sama apresiasi puisi**”
- Bagaimana Berdikari Kopi menjaga interaksi dengan para pelanggan untuk menciptakan loyalitas pelanggan?
“**Mungkin caranya share kegiatan-kegiatannya melalui sosial media, story di instagram..**”
- Apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menciptakan kepuasan pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian secara berkala?
“**Dari segi produknya enak-enak sih, pelayanannya juga bagus ya ramah, saya puas kok**”
- Bagaimana mekanisme pemberian penghargaan kepada pelanggan yang loyal dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan?
“**Belum ada... kalau ada ya pasti senang sebagai pelanggan dapat hadiah gitu kan**”

- Apakah Berdikari Kopi melakukan evaluasi terhadap kegiatan marketing public relations yang dilakukan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan?
“Iya kayaknya ada perubahan dari kegiatan sebelumnya, bakal ikut lagi seru juga”
- Bagaimana cara Berdikari Kopi memengaruhi kesetiaan pelanggan?
“Kalau saya pastinya bakal jadi pelanggan setia ya, pelayanannya disini ramah dan tempatnya juga enak, sama produknya”
- Bagaimana cara Berdikari Kopi dalam mempublikasikan kegiatan marketing public relations kepada masyarakat?
“Tahu dari teman, sama sosial media”
- Apa yang menjadi faktor utama dalam publisitas kegiatan marketing public relations yang dilakukan Berdikari Kopi?
“ dari sosial media dan pelanggan lain yang pernah ikut kegiatan
- Apa yang menjadi media identitas Berdikari Kopi agar dikenal dengan mudah oleh pelanggan/ masyarakat?
“Lebih terkenal ke ruang kolektif, wadah belajar gitu ya”
- Bagaimana kegiatan *marketing public relations* yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menciptakan loyalitas pelanggan?
“Bagus ada kegiatan-kegiatan gitu, pasti pelanggan tertarik buat datang lagi ke sini”
- Apa yang menjadi faktor penghambat dan pendukung dalam melakukan kegiatan *marketing public relations*?
“Kegiatannya terlihat lancar sih, tapi kurang tahu kalau ada hambatan ya”
- Apa bentuk partisipasi kegiatan sosial oleh Berdikari Kopi dalam menimbulkan opini publik yang menguntungkan bagi Berdikari Kopi?
“Seperti penggalangan dana amal gitu”
- Apa *feedback* yang didapat?
“Menurut saya cukup baik sih, pelanggan jadi loyal ya senang, terus ada pelanggan yang baru, karena peduli dengan sosial”
- Apakah Berdikari Kopi pernah mensponsori suatu kegiatan?
“Belum tahu sih ya”

II. Loyalitas Pelanggan

- Apa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Berdikari Kopi?
“Kalau dari saya sendiri sih dari produk, suasan sama pelayanannya kualitasnya bagus ya puas kok”
- Bagaimana kualitas produk dan pelayanan di Berdikari Kopi?
“Kualitasnya cukup baik ya, enak gitu produknya sama ramah pelayanannya”
- Bagaimana citra Berdikari Kopi dimata masyarakat/ pelanggan?
“Dari saya bagus sih, temen-temen saya juga, makanya saya sering ke sini sama temen-temen”
- Apa manfaat yang diberikan Berdikari Kopi kepada pelanggan ?
“Nambah wawasan, nambah keahlian, kan disini sebagai ruang kolektif, jadi nimbulin rasa kepedulian gitu..”
- Apa faktor yang menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap Berdikari Kopi?
“Kualitasnya sih ya”
- Bagaimana interaksi yang dilakukan Berdikari Kopi dengan para pelanggan?
“Cukup terbuka ya dari Berdikari sendiri nerima kritik saran dari pelanggan”
- Bagaimana yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menangani keluhan (complain) pelanggan?
“Engga sih belum ya, bagus bagus aja kalau dari saya”
- Bagaimana tolok ukur harga yang ditawarkan pada setiap produk di Berdikari Kopi?
“Kalau harga standar-standar aja ya jadi sebanding gitu sama fasilitas dan pelayanannya..”
- Pencapaian apa saja yang telah diraih oleh Berdikari Kopi?
“Mungkin barista ya, jago bikin kopinya...”

HASIL WAWANCARA

NAMA : Daffa (21tahun)
JABATAN : Customer 2
HARI/ TANGGAL : Juma't, 11 Maret 2022

I. *Customer Relations*

- Apa yang membedakan Berdikari Kopi dengan coffee shop lainnya sehingga menarik perhatian masyarakat / pelanggan?
“Kalau dari sudut pandang saya sendiri, Berdikari Kopi saya mandangnya dari suasananya, tempatnya untuk nongkrong asik, apalagi dibelakang ada tamannya enak banget kalo buat nongkrong sore”
- Apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menarik minat pelanggan ?
“Dari yang saya tahu, mungkin Berdikari pernah ngadain acara tentang baca puisi sama kelas bahasa isyarat..”
- Kegiatan apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam melakukan pendekatan untuk menciptakan loyalitas pelanggan?
“Saya pernah ikut kegiatan yang apresiasi puisi, seru ya perkumpulan orang-orang yang suka dengan puisi di lingkup Bekasi jadi nambah teman juga, karena setahu saya apresiasi puisi itu kegiatan dari awal Berdikari ada”
- Bagaimana Berdikari Kopi menjaga interaksi dengan para pelanggan untuk menciptakan loyalitas pelanggan?
“Disini pelayanannya ramah saya suka, salah satu barista biasanya nyamperin buat ngajak ngobrol customer yang datang sendiri, juga kalo lagi tidak ramai customer diajarin cara nyeduh kopi sendiri gitu”
- Apa yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menciptakan kepuasan pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian secara berkala?
“Dari yang saya dapat, Berdikari melakukan hospitalitynya dari barista melakukan pendekatan dengan customer itu menurut saya oke

sih beda dari coffeeshop yang lain, saya cukup puas dengan pelayanan yang diberikan..”

- Bagaimana mekanisme pemberian penghargaan kepada pelanggan yang loyal dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan?
“Biasanya kalau lagi kumpul lama sama teman-teman disini baristanya ngasih minuman tambahan seperti coffee late atau minuman lainnya gratis..”
- Apakah Berdikari Kopi melakukan evaluasi terhadap kegiatan marketing public relations yang dilakukan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan?
“Tidak tahu, karena baru satu kali ikut kegiatannya..”
- Bagaimana cara Berdikari Kopi memengaruhi kesetiaan pelanggan?
“Seharusnya untuk pelanggan yang suka dengan kegiatan yang diadakan Berdikari sih pastinya continue datang lagi ke sini..”
- Bagaimana cara Berdikari Kopi dalam mempublikasikan kegiatan marketing public relations kepada masyarakat?
“Saya biasanya liat di sosial media (instagram), muncul di feeds atau story gitu sih..”
- Apa yang menjadi faktor utama dalam publisitas kegiatan marketing public relations yang dilakukan Berdikari Kopi?
“Kalau menurut saya yang bukan dari kawasan sini, media sosial jadi faktor utama ya dalam publisitas”
- Apa yang menjadi media identitas Berdikari Kopi agar dikenal dengan mudah oleh pelanggan/ masyarakat?
“Kalau media identitasnya udah pasti Berdikari ngenalin tempatnya itu dari instagram, terus dari acara-acaranya, dan tempatnya juga sih yang jadi daya tarik buat customer dateng kesini, termasuk saya”
- Bagaimana kegiatan marketing public relations yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menciptakan loyalitas pelanggan?
“Kegiatannya sangat menarik karena menambah wawasan dan juga menambah teman..”
- Apa yang menjadi faktor penghambat dan pendukung dalam melakukan kegiatan marketing public relations?
“Kalau saya kurang tahu ya kenapa terhambat..”
- Apa bentuk partisipasi kegiatan sosial oleh Berdikari Kopi dalam menimbulkan opini publik yang menguntungkan bagi Berdikari Kopi?

“Saya kurang tahu sih Berdikari ada kegiatan sosial apa, tapi menurut saya kegiatan malam apresiasi itu merupakan kegiatan sosial, karena kegiatan tersebut berarti mengapresiasi karya, apresiasi seni juga secara sosial ngebentuk kumpulan orang-orang pecinta puisi”

- Apakah Berdikari Kopi pernah mensponsori suatu kegiatan?
“Belum tahu kalau pernah sponsor gitu”
- Apa feedback yang didapat? (Bila pernah melakukan sponsor)
“Menurut saya bagus sih, suatu hal yang bagus untuk sebuah coffeeshop bisa berpartisipasi dalam suatu kegiatan, apalagi support acara-acara positif “

II. Loyalitas Pelanggan

- Apa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Berdikari Kopi?
“Kalau ke kedai kopi pasti yang dicari kopi ya rasanya, kalau saya puas ya dengan rasa kopi di Berdikari dan menunya juga banyak cukup bervariasi, ditambah juga barista-baristanya melakukan pendekatan dengan customernya tuh menurut saya oke lah, jadi cukup puas lah dengan pelayanan yang diberikan cukup puas, menu yang disediakan juga saya puas..”
- Bagaimana kualitas produk dan pelayanan di Berdikari Kopi?
“Kalau saya sih puas ya, jadi kualitas produk dan pelayanan yang diberikan sudah baik”
- Bagaimana citra Berdikari Kopi dimata masyarakat/ pelanggan?
“Berdikari terkenal dengan historis pembuatannya, dari kegiatan yang dilakukan seperti apresiasi puisi, melakukan pendekatan dengan orang-orang pecinta seni, dari fasilitas juga ada apresiasi gambar cukup baik ya..”
- Apa manfaat yang diberikan Berdikari Kopi kepada pelanggan ?
“Melalui pendekatan barista ke customer menurut saya menambah ilmu seputar kopi ya dan jadi tahu cara-cara penyajian kopi seperti apa... kalo dari kegiatan udah pasti nambah teman, untuk yang pecinta puisi jadi bisa menyalurkan hobinya dan juga sudah pasti nambah wawasan tentang seni”
- Apa faktor yang menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap Berdikari Kopi?
“Kalau saya kepercayaannya dari minuman atau makanan yang disajikan, yang bisa dilihat langsung dengan mata itu kan kebersihan,

dari kebersihan itu bisa menimbulkan kepercayaan bahwa kualitas produk sudah pasti cara pembuatannya yang steril/bersih gitu sih”

- Bagaimana interaksi yang dilakukan Berdikari Kopi dengan para pelanggan?
“Hubungan dengan customer cukup baik ya, pelayanan baristanya yang ramah suka ajak ngobrol ke pelanggan, kita sebagai pelanggan senang ya dapat pelayanan ramah gitu..”
- Bagaimana yang dilakukan Berdikari Kopi dalam menangani keluhan (complain) pelanggan?
“Selama ini belum pernah komplain sih ya, sejauh ini puas-puas aja dengan pelayanan dan produknya”
- Bagaimana tolok ukur harga yang ditawarkan pada setiap produk di Berdikari Kopi?
“Menurut saya cukup pas sih untuk harga makanan dan minumannya, cukup seimbang sama fasilitas yang ada dan pelayanan yang diberikan”
- Pencapaian apa saja yang telah diraih oleh Berdikari Kopi?
“Belum tahu sih sampai sekarang apa aja yang udah dicapai Berdikari sebagai coffeeshop gitu”

DOKUMENTASI

Kegiatan Wawancara Dengan Narasumber Penelitian

Foto Bersama Mukhlas Prayogo (Owner Berdikari Kopi)



Foto Bersama Furqon Ramadhan (Head Barista Berdikari Kopi)



Foto Bersama Andi Prayogo (Assistant Manager Berdikari Kopi)

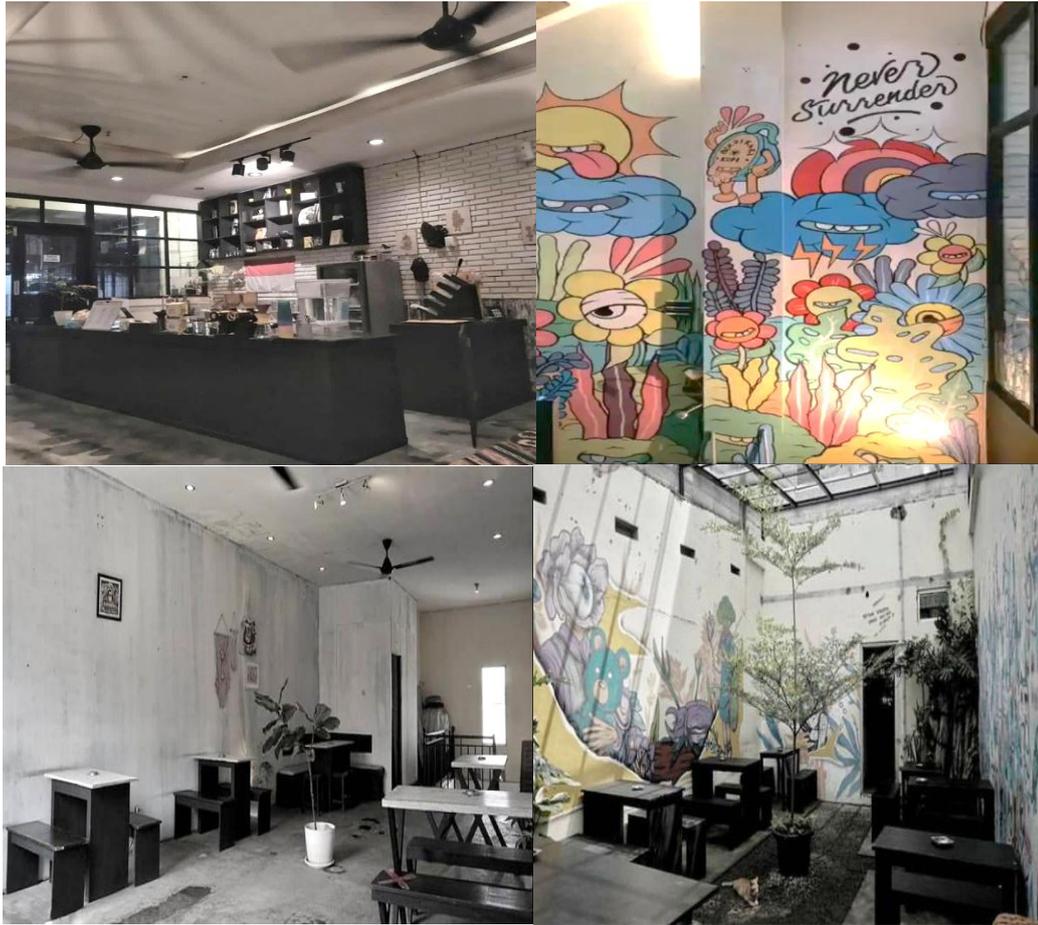


Foto Bersama Informan Triangulasi (Customer Berdikari Kopi)



Bangunan dan Interior Berdikari Kopi





Event Kegiatan di Berdikari Kopi

Poster Kelas Belajar Bahasa Isyarat



Foto Kegiatan Kelas Belajar Bahasa Isyarat



Poster Malam Apresiasi Puisi



Foto Kegiatan Malam Apresiasi Puisi



Foto Sebelum Relokasi



Foto Setelah Relokasi

Workshop Macrame

Berdikari Kopi

13
03
'21

**MACRAME
WORKSHOP
WALL HANGING
& KEYCHAIN**

MACRAME BY DEBI IRMAWAN

Sabtu, 13 Maret 2021
12.00 WIB-16.00 WIB
di Berdikari Kopi

Narahubung : 0821-8376-4090 Farkhan

Tetap ikuti prozasdfgthh kesehatan

BERDIKARIKOPi

A poster for a macrame workshop. The background features a large, intricate macrame wall hanging. The text is overlaid on the left side, providing details about the event. The date is Saturday, March 13, 2021, from 12:00 to 16:00 WIB at Berdikari Kopi. The contact person is Farkhan at 0821-8376-4090. A health reminder is at the bottom. The logo 'BERDIKARIKOPi' is in the bottom right corner.

Poster Nobar dan Diskusi Buku&Film

the bajau
civilisation

WATCH DOC

MINGGU, 2 FEBUARI 2020
PUKUL 19.00 WIB
DI BERDIKARI KOPI
Jl. Mekarsari Tengah No. 19E, Mekarsari
Kec. Tambun Selatan
Narahubung: 0876 4001 3712 (Vida)

Pemantik:
 **Muklas Prayogo**
(Satwika Pustaka)

Moderator:
 **Rifky Maulana**
(Satwika Pustaka)

KENDARI GORONTALO
Pemutaran Film ini disertai penggalangan dana untuk warga Bijo

NOBAR DISKUSI & DONASI

SATWIKA PUSTAKA

MERAYAKAN PRAM

- DISKUSI
- DOKUMENTER
- PAMERAN
- BAZAR BUKU

PENGULAS:

- RAMA ADITYA PRATA
- WRANDES SETIawan

PEMANDU:

- AGIRGORI

“Berterimakasihlah pada segala yang memberi kehidupan.”
- Pram (6 Februari 1925 - 30 April 2006) -

Narahubung:
Mukhlis (0877 8791 3000)

JUMAT
FEBRUARI
19.00 WIB

LT. 2 BERDIKARI KOPI Jln. Mekarsari Tengah
No. 19E, Mekarsari, Kec. Tambun Selatan, Bekasi.

Foto Kegiatan Nobar dan Diskusi Buku&Film



Pameran Karya



Kegiatan Sosial Berdikari Kopi

**LAGI-LAGI
SEMBAKO KOLEKTIF**

PPKM diperpanjang, lagi-lagi rakyat bantu rakyat. Dengan melihat kondisi saat ini, kami mengajak kawan-kawan bersolidaritas untuk berkolektif membuat paket berisi sembako untuk kita bagikan kepada mereka yang terdampak.

Kami akan berkeliling secara acak di bekasi dengan membagikan sembako tanpa membuat kerumunan sesuai protokol kesehatan.

Donasi
BCA 84205-79731 a/n Mukhlas Prayogo

Narahubung
0821-8376-4090 (Farkhan)
0877-8791-3000 (Mukhlas)

#PPKM
Peraturan pemerintah korbannya masyarakat



SK BIMBINGAN SKRIPSI



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
Terkemuka, Modern, dan Islami

Ilmu Kesejahteraan Sosial
Ilmu Administrasi Publik
Ilmu Politik
Ilmu Komunikasi
Magister Ilmu Administrasi
Magister Ilmu Komunikasi
Magister Ilmu Politik



KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
NOMOR: 204 TAHUN 2022

TENTANG

PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING BAGI MAHASISWA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA

- Menimbang** : Bahwa untuk membina mahasiswa yang sedang menyusun skripsi perlu ditunjuk Dosen Pembimbing.
- Mengingat** :
1. Undang-Undang Nomor : 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Undang-undang No : 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
3. Peraturan Pemerintah RI No : 04 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No : 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
5. Pedoman Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor : 02/PED/1.0/B/2012 tanggal 16 April 2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah.
6. Statuta Universitas Muhammadiyah Jakarta.
7. Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta Nomor : 329 Tahun 2017 tentang Kurikulum Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP-UMJ.
8. Peraturan Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta Nomor : 297 Tahun 2010 tentang Pedoman Pembimbing Skripsi/Tugas Akhir Mahasiswa.
9. Surat Keputusan Dekan FISIP-UMJ Nomor : 28 tahun 2004 tanggal 25 Agustus 2004 tentang Prosedur Bimbingan dan Ujian Skripsi FISIP-UMJ.
10. Surat Keputusan Dekan FISIP-UMJ Nomor : 23 tahun 2013 Tanggal 14 September 2013 tentang Pengangkatan Dosen Pembimbing dan Penguji Skripsi FISIP-UMJ.
11. Peraturan Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta Nomor : 626 Tahun 2021 tentang Persyaratan Dosen Pembimbing dan Penguji Tugas Akhir, Skripsi, Tesis dan Disertasi di Universitas Muhammadiyah Jakarta.
12. Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta Nomor: 405 Tahun 2021 Tertanggal 11 Agustus 2021, tentang Pengangkatan Dekan FISIP - UMJ Periode 2021-2024.
- Memperhatikan** : Hasil rapat Program Studi **Ilmu Komunikasi** dalam komisi pembimbing skripsi yang diketuai oleh Dekan.
- Menetapkan** :
MEMUTUSKAN
Menunjuk dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta yang namanya tercantum dalam kolom 2 (dua) di bawah ini untuk bertindak sebagai pembimbing skripsi mahasiswa yang namanya tersebut dalam kolom 4 (empat).

✍

No	Nama Dosen	Tugas	Bagi Mahasiswa
1	2	3	4
	R. Hiru Muhammad, S.Sos, M.I.Kom.	Pembimbing	Devi Hartni (2016140259)
Judul :Kegiatan Marketing Public Relations Berdikari Kopi dalam Upaya Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.			

dengan ketentuan sebagai berikut:

- Pertama** : Tugas pemberian bimbingan **perpanjangan ke-2** terhitung mulai **tanggal 18 Maret 2022** sampai **18 September 2022**.
- Kedua** : Apabila kelak di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan maka akan diadakan pembetulan sebagaimana mestinya.
- Kutipan** : Diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan seperlunya.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 14 Juli 2022

Dekan,

 Dr. Evi Satispi, M.Si

Tembusan Yth.:
 1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
 2. Kepala Sub. Bag. Keuangan
 3. Arsip.