

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.
- Amylia Meilani, & Nugroho, C. (2025). Strategi pemasaran kedai kopi dalam menghadapi persaingan di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 45–58.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Bengkulu. *Dokumen Perkembangan Wilayah Perkotaan*. Bengkulu: Bappeda Kota Bengkulu.
- Badan Pusat Statistik Kota Bengkulu. *Kota Bengkulu dalam Angka*. Bengkulu: BPS Kota Bengkulu.
- Badan Pusat Statistik Kota Bengkulu. *Statistik Sosial Kependudukan Kota Bengkulu*. Bengkulu: BPS Kota Bengkulu.
- Bungin, B. (2015). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Burnham, T. A., Frels, J. K., & Mahajan, V. (2003). Consumer switching costs: A typology, antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(2), 109–126.
- Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Harlow: Pearson Education.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Daryanto. (2016). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dharmmesta, B. S. (1999). Loyalitas pelanggan: Sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14(1), 73–88.
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99–113.
- Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bengkulu. *Data UMKM dan Usaha Jasa Kota Bengkulu*. Bengkulu.
- Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Bengkulu. *Penataan Kawasan Perkotaan Kota Bengkulu*. Bengkulu.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

- Faizah Azzahra, R., Nugroho, B., & Harahap, R. (2023). Pengaruh promosi dan brand image terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 78–85.
- Fauziah, R. (2023). Analisis strategi promosi digital dalam menarik konsumen milenial pada coffee shop di Kota Malang. *Jurnal Inovasi Pemasaran*, 11(2), 80–95.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Handayani, R. (2022). *Strategi Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan di Era Digital*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kantor Kelurahan Cempaka Permai. *Data Administrasi Kelurahan*. Bengkulu.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Leonardo, A., Kartika, A., & Putri, R. A. (2021). Factors influencing customer loyalty in coffee shop business. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1), 23–31.
- Lestari, N. (2019). *Analisis Loyalitas Konsumen Berdasarkan Kepuasan terhadap Strategi Pemasaran pada Café Lokal di Yogyakarta*. Yogyakarta: UII Press.
- Lestari, N., & Ramadhan, A. (2022). Pengaruh lingkungan fisik terhadap citra merek dan loyalitas pelanggan coffee shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 134–145.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. New Jersey: Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. New Jersey: Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marpaung, B., & Iskandar, H. (2020). *Transformasi Industri Kopi di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.

- Mardewi Putri, N. K. A., & Yulianthini, N. N. (2023). Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(3), 101–112.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Monroe, K. B. (2003). *Pricing: Making Profitable Decisions*. New York: McGraw-Hill.
- Mowen, J. C., & Minor, M. S. (1998). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Pangestuti, R., & Heikal, M. (2024). Strategi pemasaran UMKM dalam era digitalisasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 12(1), 45–56.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Peppers, D., & Rogers, M. (2016). *Managing Customer Experience and Relationships*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Pokhrel, A. (2024). The health and social impact of coffee consumption. *International Journal of Health Sciences*, 14(1), 112–119.
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. J. O. S. (2017). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Pratama, H. (2022). Pengaruh strategi pemasaran 7P terhadap loyalitas konsumen pada bisnis kedai kopi. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(1), 55–68.
- Purwanto. (2013). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Purwanto. (2013). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Pustaka Setia.
- Rachmawati, N. (2023). Strategi digital marketing pada perusahaan kopi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 51–65.
- Rahmawati, D. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Loyalitas Konsumen di Kedai Kopi Janji Jiwa Cabang Bandung*. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ruslim, M. (2017). Loyalitas pelanggan dalam perspektif pemasaran modern. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 55–63.
- Saputra, R. (2013). Analisis hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 67–74.
- Saputra, Y., & Handayani, R. (2020). Peran customer experience dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada coffee shop lokal di Bandung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 89–101.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. (2010). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suharno, & Santoso, Y. (2011). *Manajemen Pemasaran: Strategi dan Implementasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sukardi. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2019). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sutanto, B. (2020). *Tren Industri Kopi di Indonesia: Peluang dan Tantangan*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2013). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Thomson, M., MacInnis, D. J., & Park, C. W. (2005). The ties that bind: Measuring the strength of consumers' emotional attachments to brands. *Journal of Consumer Psychology*, 15(1), 77–91.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, A., Kurniawan, D., & Putri, M. E. (2024). Tomoro Coffee: Strategi bisnis dan branding di era digital. *Jurnal Inovasi dan Pemasaran*, 3(1), 55–67.
- Wijaya, A., & Hidayat, R. (2022). Adaptasi strategi pemasaran waralaba terhadap preferensi lokal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(2), 88–98.
- Wijaya, A., & Sari, F. (2020). Penerapan strategi segmenting, targeting, dan positioning (STP) dalam meningkatkan loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 33–50.
- Wijaya, I. (2018). *Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Winarti, A., & Primadiana, R. (2017). Pengaruh kualitas hubungan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(4), 1–14.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill Education.

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

## PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

### Judul Penelitian :

“Analisis Strategi Pemasaran Tomoro Coffee dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: Tomoro Coffee Ruko Mahakam di Kelurahan Cempaka Permai, Kecamatan Gading Cempaka, Kota Bengkulu)”  
Metode Pengumpulan Data”

### A. Ketentuan Umum Wawancara

1. Wawancara bersifat fleksibel dan terbuka, tidak terikat urutan pertanyaan.
2. Pewawancara dapat:
  - o Menggali jawaban lebih dalam
  - o Menyesuaikan bahasa dengan responden
  - o Mengembangkan pertanyaan lanjutan (*probing*)
3. Wawancara dilakukan secara tatap muka di lokasi Tomoro Coffee Ruko Mahakam.
4. Jawaban responden direkam (audio/catatan) dengan persetujuan responden.
5. Fokus wawancara diarahkan pada strategi pemasaran dan loyalitas pelanggan.

### B. Pedoman Wawancara untuk Manajer Outlet

#### (1 Orang Manajer Tomoro Coffee Ruko Mahakam)

#### 1. Gambaran Umum Usaha

- Bagaimana sejarah berdirinya Tomoro Coffee Ruko Mahakam di Bengkulu?
- Seperti apa karakteristik pelanggan yang paling sering datang ke outlet ini?
- Bagaimana posisi Tomoro Coffee dibandingkan coffee shop lain di sekitar lokasi?

#### 2. Strategi Pemasaran yang Diterapkan

- Strategi pemasaran apa saja yang selama ini diterapkan di outlet ini?
- Apakah strategi tersebut berasal dari pusat atau ada penyesuaian lokal?
- Media apa yang paling sering digunakan untuk promosi (media sosial, promo langsung, aplikasi, dll)?

#### 3. Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

- Menurut Anda, apa makna loyalitas pelanggan bagi Tomoro Coffee?
- Program atau upaya apa yang dilakukan untuk membuat pelanggan datang kembali?
- Bagaimana peran kualitas produk, pelayanan, dan suasana outlet dalam menjaga loyalitas pelanggan?

#### 4. Evaluasi dan Tantangan

- Bagaimana cara manajemen mengevaluasi keberhasilan strategi pemasaran?

- Kendala apa yang sering dihadapi dalam mempertahankan pelanggan tetap?

- Apa rencana atau inovasi ke depan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan?

### **C. Pedoman Wawancara untuk Staf Pemasaran (2 Orang Staf Pemasaran)**

#### **1. Peran dan Tanggung Jawab**

- Apa peran Anda dalam kegiatan pemasaran Tomoro Coffee?
- Seberapa sering dilakukan promosi dan dalam bentuk apa saja?

#### **2. Pelaksanaan Strategi Pemasaran**

- Strategi pemasaran apa yang paling sering Anda jalankan di outlet ini?
- Bagaimana respon pelanggan terhadap promo atau program yang ditawarkan?
- Media promosi mana yang menurut Anda paling efektif menarik pelanggan?

#### **3. Hubungan Strategi Pemasaran dengan Loyalitas**

- Menurut Anda, apa yang membuat pelanggan menjadi pelanggan tetap?
- Apakah strategi pemasaran yang dilakukan sudah cukup untuk menjaga loyalitas pelanggan?
- Bagaimana peran komunikasi dengan pelanggan dalam mempertahankan loyalitas mereka?

#### **4. Kendala dan Pengalaman Lapangan**

- Kendala apa yang sering Anda hadapi saat menjalankan strategi pemasaran?
- Apakah pernah menerima keluhan atau masukan langsung dari pelanggan?
- Bagaimana cara tim menanggapi keluhan tersebut?

### **D. Pedoman Wawancara untuk Pelanggan Tetap (7 Orang Pelanggan Tetap – minimal 2 kali seminggu)**

#### **1. Latar Belakang Pelanggan**

- Sejak kapan Anda mulai sering datang ke Tomoro Coffee Ruko Mahakam?
- Dalam seminggu, biasanya berapa kali Anda datang ke sini?
- Apa alasan awal Anda memilih Tomoro Coffee?

#### **2. Persepsi terhadap Produk dan Pelayanan**

- Bagaimana pendapat Anda tentang kualitas minuman di Tomoro Coffee?
- Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan?
- Menurut Anda, apa keunggulan Tomoro Coffee dibandingkan coffee shop lain?

#### **3. Pengaruh Strategi Pemasaran**

- Apakah Anda mengetahui adanya promo atau program tertentu dari Tomoro Coffee?
- Dari mana biasanya Anda mengetahui informasi promo tersebut?
- Apakah promo atau program tersebut memengaruhi keputusan Anda untuk datang kembali?

#### **4. Loyalitas Pelanggan**

- Apa alasan utama Anda tetap memilih Tomoro Coffee sampai sekarang?
- Apakah Anda pernah merekomendasikan Tomoro Coffee kepada orang lain? Mengapa?
- Apa yang membuat Anda merasa nyaman dan betah di Tomoro Coffee?

#### **5. Harapan dan Saran**

- Menurut Anda, apa yang perlu dipertahankan dari Tomoro Coffee?
- Apa saran Anda agar Tomoro Coffee semakin diminati pelanggan?
- Apakah ada hal yang perlu diperbaiki agar pelanggan semakin loyal?

#### **E. Penutup Wawancara**

- Terima kasih atas waktu dan kesediaan responden.
- Peneliti menegaskan bahwa data digunakan untuk kepentingan akademik.
- Kerahasiaan identitas responden dijamin.

**DOKUMENTASI PENELITIAN**



Pelanggan Tetap Outlet Tomoro Coffee Ruko Mahakam



Pelanggan Tetap Outlet Tomoro Coffee Ruko Mahakam



Pelanggan Tetap Outlet Tomoro Coffee Ruko Mahakam



Pelanggan Tetap Outlet Tomoro Coffee Ruko Mahakam



Pelanggan Tetap Outlet Tomoro Coffee Ruko Mahakam



Pelanggan Tetap Outlet Tomoro Coffee Ruko Mahakam



Manejer Outlet Tomoro Coffee Ruko Mahakam



Staf pemasaran Outlet Tomoro Coffee Ruko Mahakam

