

## TRANSKRIP WAWANCARA

**Pertanyaan diajukan kepada: Manager Uncle's Kitchen yang sekaligus menjadi pengelola akun instagram @uncleskitchenid**

### **Identitas Informan**

**Nama : Dhany Bagus Saputra**

**Lokasi : Uncle's Kitchen**

**1. Apa saja yang menjadi kekuatan dari Uncle's Kitchen dalam memasarkan produknya ?**

*kekuatan sendiri kami memiliki fasilitas yang cukup lengkap seperti menu makanan yang kami sajikan ada tiga western, asian dan tradisional, ada tiga ruangan ac room, no smooking, sama garden area, fasilitas foto disini banyak dengan tema vintage 60an-70an, Free wifi, emmm... strategi promosi kita kuat di media sosial, ada mushola, toilet, parkir juga luas jadi konsumen mudah untuk memarkirkan kendaraannya*

**2. Mengapa hal tersebut sebagai kekuatan dari Uncle's Kitchen?**

*karena kalo konsumen mendapatkan fasilitas yang memuaskan juga pasti konsumen ingin datang lagi kesini, sekarang kalo restoran cuma hanya sekedar menyajikan menu aja gak di seimbangi sama fasilitas lainnya kan orang juga malas buat datang kesini. Kami ingin memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi konsumen itu sangat penting bagi kami dalam memberikan kenyamanan dan kepuasan untuk konsumen kami, kalo*

*konsumen puas kan kami juga ikut senang fasilitas yang kami berikan sudah memadai*

**3. Apa saja yang menjadi kelemahan Uncle's Kitchen dalam memasarkan produknya?**

*kelemahan kita disini yang pertama tidak adanya live musik seperti cafe lainnya mbak, karena kan disini kami bersebelahan dengan kampung-kampung tetangga jadi takut mengganggu kalo kita adakan live musik, yang kedua lokasi kita yang gak strategis kebanyakan orang taunya jalan monjali, apa jalan palagan, kalo orang awam jarang tahu jalan lemponsari mana, sebagian temen saya juga ada waktu mau datang kesini harus telfon saya dulu jalan lempong sari itu mana jadi memang uncle's ini ada di kampung jadi agak sulit ditemuin*

**4. Apa saja yang menjadi peluang bagi Uncle's Kitchen dalam memasarkan produknya?**

*Yaa....dengan melihat fenomena anak muda sekarang di kota jogja ini gemar hobi kumpul sama temen-temannya di cafe alias nongkrong ya mba, ngeksis di cafe terus foto update lah di media sosial instagram mencari informasi juga melalui medsos instagram lah lagi menjamur ya instagram saat ini, bisa menjadikan salah satu peluang bahwa kami harus terus menginovasikan produk dan menyediakan fasilitas yang menarik dalam menarik mereka sebagai pelanggan dan kami post di instagram untuk memeneuhi kebutuhan konsumenlah ya mba, di jogja sendiri masih jarang cafe menyajikan tiga*

*menu sekaligus western, asian dan tradisional di kombinasikan sama konsep restoran yang jadul seperti ini*

**5. Bagaimana Uncle's Kitchen memanfaatkan peluang tersebut untuk mendukung kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan?**

*Media sosial bisa dimanfaatkan dalam penyebaran informasi secara cepat, informasi bisa diakses dengan cepat lewat media sosial tentang keberadaan Uncle's Kitchen konsumen atau followers bisa mengakses dengan mudah cepat informasi yang kami sampaikan sampai kepada konsumen*

*kita memanfaatkan media sosial sebagai peluang pada saat ini, karena masyarakat sekarang melalui internet apa media sosial dalam mencari informasi baca koran atau yang lain aja udah jarang lebih suka lewat media sosial. Jadi ya kita maksimalkan mungkin dalam mengakses informasi di medsos, biar cepat diterima oleh konsumen dan dapat menarik mereka sebagai konsumen kami*

**6. Apa yang menjadi Ancaman bagi Uncle's Kitchen dalam memasarkan produknya?**

*emmm.. pertama itu ketatnya persaingan antar cafe yang ada di jogja dengan cafe yang sudah berdiri lebih dulu pasti sudah memiliki banyak pelanggan dan memiliki keunggulan yang baik di mata pelanggan kalo yang kedua banyaknya cafe baru yang sekarang berdiri di jogja makin banyak*

**7. Bagaimana Uncle's Kitchen dalam menghadapi ancaman tersebut?**

*Banyaknya cafe yang sudah lama beroperasi dan adanya cafe-cafe baru yang ada di jogja, kami menekankan disini untuk terus memberikan pelayanan*

*terbaik kami kepada konsumen menginovasikan Uncle's Kitchen agar lebih baik lagi daripada cafe lainnya. Agar konsumen selalu tertarik dengan yang kami berikan disini ingin membuat konsumen merasa nyaman ada di restoran kami*

**8. Siapa yang menjadi target sasaran dari Uncle's Kitchen?**

*Target sasaran kalangan menengah sampai menengah ke atas, dari mahasiswa, pekerja kantoran sampai keluarga.*

**9. Bagaimana Uncle's Kitchen menentukan segmentasi pasar? Misalnya berdasarkan geografis, demografis dan psikologis.**

*Kami bagi jadi tiga kelompok segmentasi demografis, geografis dan psikografis. Demografis untuk kalangan umum dari perempuan dan laki-laki tapi fokus lebih ke perempuan karena perempuan lebih suka nongkrong daripada laki-laki sesuai juga dengan interior cafe kami. Geografis kota Yogyakarta namun tidak menutup kemungkinan adanya konsumen dari luar kota Yogyakarta. Psikografis, kami menentukan target yang dipilih adalah masyarakat yang memiliki gaya hidup suka nongkrong dan eksis, melek dengan adanya teknologi media baru senang bergaul dan berinteraksi dengan orang yang baru dikenal. Interaksi komunikasi tersebut dilakukan dengan menggunakan media sosial. Target utama kami adalah mahasiswa sekitar 18-25tahun, pekerja kantoran dari 25-40 tahun*

**10. Mengapa memilih target pasar tersebut?**

*kami melakukan riset kecil-kecilan aja sih mba kenapa target utama kami jadi mahasiswa dan pekerja kantoran. Tapi keluarga juga tetap menjadi*

*target kami karena kan sudah kami sesuaikan dengan menu yang kami sajikan disini beserta konsep dengan restoran ini bisa secara umum targetnya. Ya kalo mahasiswa dan pekerja kantoran sudah maniak dalam menggunakan medsos dan pasti sudah banyak yang punya akun instagram jadi mudah kami dalam menyampaikan pesan bagi mereka lewat instagram, melihat juga bahwa banyaknya mahasiswa yang datang ke jogja untuk sekolah apa kuliah ini menguntungkan juga buat kami dalam menarik mereka sebagai pengunjung uncle's mereka pasti juga buat cari tempat nongkrong jaman sekarang lewat instagram*

**11. Apa saja saluran komunikasi yang digunakan oleh Uncle's Kitchen dalam menarik jumlah pelanggan? (misalnya media cetak, online dan sebagainya?)**

*saluran komunikasi sendiri sih kami fokus menggunakan internet seperti media sosial, kami ada tiga media sosial facebook, twitter sama instagram tapi fokus lebih ke instagram dan lebih aktif ke instagram. fb frekuensi 25%, twitter 25%, instagram 50% sekarang menggunakan media sosial lebih efektif dalam melakukan promosi mudah dijangkau oleh masyarakat luas darimanapun. Media cetak kami juga menggunakan tribun jogja tapi kami rasa kurang efektif jadi gak kami maksimalkan lewat radio juga karena sekarang orang kalo dengerin radio pas lagi di mobil aja. Dulu pernah gak sengaja pernah diliput sama trans7 acara doloe sekarang.*

**12. Mengapa memilih memaksimalkan melalui internet seperti media sosial Instagram sebagai sarana pemasaran Uncle's Kitchen?**

*Alasan kami juga menggunakan Instagram sebagai strategi pemasaran media sosial saat ini cocok digunakan dan efektif biaya juga gratis, dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Jadi kita bisa memberikan informasi tanpa batasan waktu. kami memanfaatkan peluang ini dalam melakukan promosi di media sosial terutama instagram, kebanyakan dari fb ke twitter beralih sekarang pada ke instagram. Fb biasanya ketumpuk-tumpuk dengan banyak status atau iklan, kalo twitter orang buka cuma mau status aja. Orang zaman sekarang mencari informasi apa apa lewat internet apalagi sekarang siapa yang gak punya media sosial apalagi instagram, kebanyakan sekarang udah pada punya akun Instagram. kami fokus ke instagram karena merupakan media sosial yang berbasis foto kami bisa mengunggah foto produk-produk secara real supaya konsumen lain yang melihat itu istilahnya bisa tergiur buat datang kesini mbak, kami juga bisa memberikan informasi yang tanpa batas melalui caption karena gak ada batasan berapa karakter berbeda dengan twitter. Followers kami banyaknya di media sosial Instagram dibandingkan kedua media sosial lainnya fb sama twitter jadi ya kita mengikuti arus aja dalam dunia bisnis kalo kita pengen tetap bertahan ya memanfaatkan media yang saat ini lagi berkembang di masyarakat. Memanfaatakan fitur-fitur yang ada di instagram untuk melakukan pemasaran kayak hastag, tanda @ dan judul foto, bisa dilihat juga di akun instagram kita banyak uncle's memberikan informasi dan program-program dalam menarik minat pelanggan*

**13. Apa tujuan menggunakan fitur-fitur tersebut? (seperti judul foto, arroba (@), hashtag (#) pada postingan @uncleskitchenid? Hastag apa yang sering digunakan?**

*kalo instagram mau nulis informasi panjang lebar kan bisa gak terbatas, kalo twitter cuma 140 karakter aja. Jadi lebih enak ke instgaram buat menyampaikan informasi. Kalo arooba sendiri sebagai wujud penghargaan atau penghormatan atas postingan yang sudah mereka unggah terus ya untuk repost foto konsumen yang sudah bersedia foto di uncle's lalu di tag ke akun instagram kita, ya untuk menghargai mba konsumen udah mau foto di restoran kita lalu di tag ke kita ya kita repost bisa untuk promosi juga sekaligus dengan memanfaatkan spot foto-foto yang ada disini sebagai sarana promosi yang kami tujukkan kepada calon konsumen. Kalo hashtag seringnya pake hashtag #uncleskitchenid biar mudah aja konsumen buat cari produk kita*

**14. Apakah Uncle's Kitchen menggunakan media publisitas dalam kegiatan komunikasi pemasaran melalui Instagram dalam menarik pelanggan? Kalau iya apakah sudah cukup efektif?**

*Emm... publisitas yang kita lakukan melalui Instagram sudah cukup efektif karena bagi calon konsumen bisa melihat segala informasi yang berkaitan dengan Uncle's Kitchen tinggal buka akun Instagram kita aja udah ada informasi mengenai restoran kami. Dengan memanfaatkan testimoni dari konsumen yang pernah berkunjung kesini dan memberikan ulasan produk yang kita unggah melalui Instagram.*

**15. Mengapa testimoni dan memberikan ulasan produk dipilih sebagai salah bantuk pemasaran Uncle's Kitchen melalui Instagram?**

*Di dalam akun Instagram kita juga terdapat beberapa macam informasi ada juga testimoni yang disampaikan pelanggan, dari situ bisa menarik calon konsumen yang penasaran dengan uncles, lalu bisa datang kesini dan adanya rasa kepercayaan dari calon konsumen setelah membaca testimoni itu sendiri. kami memanfaatkan juga testimoni yang disampaikan konsumen melalui instagram pribadinya lalu di tag ke kami, lumayan kan kita juga mendapat keuntungan dapat promosi gratis kepada konsumen jadi orang yang belum tau uncle's menjadi tau dari unggahan konsumen kami. Kami juga memanfaatkan dengan memberikan ulasan komposisi produk di instagram bisa dikatakan sebagai salah satu strategi dalam menarik calon konsumen membangun kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan dengan memberikan nilai yang lebih terhadap calon pelanggan lainnya dapat membangun loyalitas untuk pelanggan kami agar selalu percaya pada perusahaan kami kalo disini memakai bahan baku terjamin, jadi ditulis di caption Instagram mengenai bahan kami yang kami pakai.*

**16. Apakah pake promosi penjualan? Kalo iya di posting melalui Instagram?**

*Iyaa karena dengan adanya promosi dan diskon yang ditawarkan dari kami dapat menarik jumlah pengunjung baru maupun lama dan melakukan pembelian, sehingga pendapatan yang diperoleh perusahaan akan meningkat. Sering ngasih diskon, kalo kita pas lagi kasih diskon pasti kita*

*kasih tau di instagram kalo di post lewat instagram banyak orang yang lihat dan kasih komen jadi bisa menarik pelanggan buat datang kesini baik pelanggan baru atau pelanggan lama. Instagram kita juga lengkap isinya dalam memberikan informasi.*

**17. Promo apa saja yang diberikan Uncle's Kitchen bagi pelanggan?**

*Anniversary promo diskon 50% tema Anniversary Promo Uncle's Kitchen, diskon 50% All Foods bagi semua pelanggan, dalam rangka memperingati hari jadi anniversary Uncle's Kitchen yang pertama, kita buat selama tanggal 22-24 Februari 2017. Pernah juga ada promo diskon 20% bulan september kemarin udah lumayan lama hari Monday to Thursday pada jam 11.00-16.00, dengan ketentuan capture moment pelanggan di Uncle's Kitchen lalu posting di Instagram dan di tag ke IG Uncle's Kitchen. Uncle's Kitchen akan memilih foto yang fenomenal dan kami akan memberikan diskon 20%. Promo tahun baru imlek kami sediakan paket serba 50.000 serba ayam menunya. Promo valentine diskon 100.000 bagi 15 reservasi pertama waktu, antusias dengan promo ini banyak pelanggan yang membooking waktu valentine. Karena pelanggan itu lebih suka dengan yang namanya diskon jadi kami jadikan sebagai salah satu cara membujuk konsumen agar membeli produk di uncle's.*

**18. Dalam sehari berapa kali Uncle's Kitchen melakukan posting di Instagram?**

*3-4x pagi , siang, sore dan malam*

**19. Apakah ada kendala dalam menjalankan pemasaran melalui Instagram?**

*Sampai saat ini belum ada kendala*

**20. Bagaimana bentuk tujuan komunikasi pemasaran yang dilakukan Uncle's Kitchen melalui Instagram dalam meningkatkan jumlah pelanggan?**

*tujuan komunikasi pemasaran untuk menaikkan jumlah pelanggan setiap bulannya dengan memberikan informasi yang berkaitan dengan uncle's, sama menginformasikan produk-produk apa saja yang kami tawarkan dan promo sama kegiatan melalui Instagram soalnya kan mudah diakses oleh konsumen, jadi untuk menarik konsumen dengan memberikan kegiatan bagi konsumen, kalo kita bisa meningkatkan lebih banyak pelanggan yang datang ke perusahaan dan membeli produk yang kita jual dan puas, perusahaan juga akan mendapatkan keuntungan lebih meningkat dan kita juga ingin menunjukkan kepada konsumen bahwa kami disini bukan cuma spam promosi aja lho tapi ingin memberikan juga sesuatu kepada konsumen*

**21. Bagaimana perencanaan pesan yang ingin disampaikan melalui Instagram dalam meningkatkan jumlah pelanggan?**

*karena sekarang kebanyakan rumah makan itu hanya menyajikan satu menu makanan saja kalo western ya western aja, asian ya asian aja, tradisional ya tradisional aja, tapi kami disini ingin menyajikan tiga menu makanan sekaligus biar orang kesini punya banyak pilihannya gak hanya satu menu aja karena kan gak semua orang suka menu makanan asian apa western kalo keluarga lebih suka ke tradisional. Kami tidak ingin hanya fokus pada satu makanan saja tapi kami ingin bervariasi dalam menyediakan produk dengan*

*kualitas terjamin dan harga terjangkau dikalangan mahasiswa. Kami juga mempunyai tagline no more food without uncle yang artinya tanpa paman mereka tidak bisa makan, karena dalam sehari-hari yang memasak untuk mereka adalah seorang paman. Untuk mengenang jasa paman, kami mempunyai sebutan bagi calon konsumen dengan sebutan nephews nieces, artinya keponakan perempuan dan keponakan laki-laki. Kenapa kami menyebut konsumen kami seperti itu ya kami disini mengenang jasa paman yang setiap hari selalu memasak untuk saudara-saudaranya. Jadi ibaratnya kami disini setiap hari selalu memasak bagi konsumen yang kami sebut dengan keponakan perempuan dan laki-laki dan kami anggap mereka yang datang kesini tu seperti datang kerumah sendiri apabila orang itu disambut dengan baik maka mereka akan datang dengan baik-baik juga, yang dilihat pertama itu adalah kesan pertamanya, untuk mendekatkan diri juga dengan konsumen dengan era 60an-70an mereka kesini bukan hanya sekedar untuk membeli makanan atau minuman aja, tetapi merasakan kenyamanan seperti rumah sendiri.*

**22. Bagaimana bentuk konten pesan yang disampaikan melalui Instagram?**

*pesan komunikasi pemasarannya kami menerapkan dengan gaya bahasa konten yang menarik tapi santai, biar kita sama konsumen juga lebih akrab, pesan yang disampaikan juga mudah dipahami dan di ingat di benak konsumen*

**23. Bagaimana pengelolaan anggaran pemasaran yang ditetapkan oleh Uncle's Kitchen?**

*Kalo untuk menetapkan anggaran kami pasti ada berapa biayanya gak terlalu banyak tapi tidak bisa kami sebutkan berapa, karena itu kan tergantung sama media yang akan kami gunakan bisa berubah-ubah mba kami menggunakan budget sesuai kebutuhan aja, kami juga harus tepat dalam mengeluarkan biaya biar gak timbul kerugian kalo pake medsos ya gak ada biaya gratis, makanya kami fokusnya lebih ke situ. Kami juga pakai tribun, radio, banner biaya kami keluarkan juga tidak terlalu banyak, lebih ke medsos kita promosinya.*

**24. Bagaimana cara mengukur hasil pemasaran yang sudah dilakukan melalui Instagram?**

*kami mengukur hasil promosi dengan melihat jumlah pelanggan setiap bulannya bertambah atau tidak, maksimal gak promosi yang kita jalankan di media sosial dengan melihat juga seberapa respon followers atau konsumen terhadap postingan-postingan kita. Dari data jumlah pengunjung yang ada baru kita bisa melihat promosi yang kita jalankan berhasil atau tidak*

**25. Bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh Uncle's Kitchen?**

*Evaluasi jelas kami lakukan untuk mengetahui kekurangan dari pemasaran yang kita lakukan, berhasil atau tidak pemasaran yang kami jalankan setiap akhir bulan kami selalu mengadakan evaluasi. Kami mengadakan evaluasi dengan melibatkan karyawan-karyawan yang mana evaluasi itu dilaksanakan di restoran sebelum Uncle's Kitchen melakukan jam buka. Evaluasi yang dilakukan, melihat data pelanggan setiap bulannya, melihat respon dari konsumen terhadap kualitas dan pelayanan yang disediakan oleh kami*

*dengan melihat jumlah pelanggan setiap bulannya bertambah atau tidak, maksimal gak promosi yang kita jalankan di media sosial dengan melihat juga seberapa respon followers atau konsumen terhadap postingan-postingan kita. Dengan melihat data pelanggan setiap bulannya itu merupakan salah satu cara yang paling mudah dalam mengukur keberhasilan promosi. Jika pelanggan setiap bulannya bertambah, promosi yang dilakukan Uncle's Kitchen cukup berhasil dalam menarik minat pelanggan. Jika pelanggan menurun berarti promosi yang kami lakukan gagal dan kami harus memperbaiki lebih baik dan baik lagi dengan cara yang berbeda lagi untuk menarik minat konsumen datang ke Uncle's Kitchen dan melakukan pembelian, agar kami juga tidak mengalami penurunan omset. Kami juga mengevaluasi terhadap komplain konsumen yang disampaikan melalui instagram terhadap pelayanan kami*

**26. Siapakah yang bertanggung jawab dalam pengelolaan akun Instagram Uncle's Kitchen?**

*Saya sendiri yang memegang langsung akun instagram*

**27. Kegiatan apa saja yang dilaksanakan oleh Uncle's Kitchen melalui Instagram dalam menarik pelanggan?**

*program kita yang dari awal berdiri sampe sekarang yang gak kita hapus di Instagram kita tu giveawayuncle, itu pertama kali promosi dalam menarik pelanggan, jadi misalnya ada pelanggan kita disini foto-foto dan upload foto mereka dan di tag ke instagram kita menggunakan hastag uncleskitchenid dan hadiahnya dapat dua menu makanan gratis free untuk satu pelanggan,*

*kenapa dari awal sampe sekarang gak kita hapus event itu ya itu bisa untuk menarik pelanggan dan menambah followers. Kegiatan yang lain waktu itu ada Go to Followers 10K dengan memberikan voucher 200rb, yaa... biar followers kita juga makin bertambah mba dan menarik konsumen baru juga tentunya. Ada juga party planner kegiatannya itu dulu fasilitas dari kami sebagai promo kita selama enam bulan awal kami berdiri free decoration, tapi setelah enam bulan gak mungkin dong kami kasih free terus kita kan juga pengen menaikkan omset, akhirnya kita lakukan dengan berbayar tapi tidak terlalu mahal, kita sebelum menentukan harga buat party planner itu melakukan survey dulu di jogja buat 2 orang berapa 4 orang berapa gitu kan tapi kita kasih harga gak sebesar mereka, kalo di tempat lain misal dua orang di atas 200 ribu lebih tapi disini lebih murah dari 40ribu sampe 150ribu. Kalo dekor sendiri kita gak kenaik charge, yang penting gak bawa makanan dari luar kecuali roti ulangtahun. Jadi kita pengen orang datang kesini merayakan apa yang ingin mereka rayakan, bukan hanya makanan tapi mereka mendapatkan momen disini, karena momen ulang tahun momen yang paling intens di rayakan terutama sama anak muda. Semenjak dengan adanya party planner ini uncle's ini mengalami banyak peningkatan jumlah konsumen juga, karena kita post melalui Instagram peminatnya banyak sekali mbak.*

**28. Seberapa efektifkah penggunaan Instagram dalam meningkatkan jumlah konsumen?**

*Sudah efektif karena dari awal kami pake instagram jadi Uncle's Kitchen dapat dikenal oleh banyak orang konsumen mau menyampaikan kritik dan saran bebas melalui instagram. Sejak awal berdiri kami sudah merasakan adanya peningkatan jumlah pelanggan di setiap bulannya.*

**29. Seberapa sering kritik dan saran yang diterima melalui akun Instagram?**

*Kritik dan saran mengenai keluhan ada cuma 1-2 orang aja, kalo memberikan tanggapan yang baik terhadap pelayanan , harga, itu juga ada.*

**30. Apakah kritik dan saran itu langsung dibalas? Bagaimana cara menyikapinya?**

*Saya langsung balas kalau ada keluhan dari pelanggan, dengan cara membalas akan memperbaiki pelayanan kami lebih baik lagi dan mengucapkan terimakasih atas saran yang sudah diberikan.*

## TRANSKIP WAWANCARA

**Pelanggan Uncle's Kitchen (pengguna aktif Instagram)**

### **Data Informan**

**Nama : Okta Riska**

**Alamat : Yogyakarta**

**Pekerjaan : Mahasiswa UPN**

#### **1. Kapan ada mengetahui Uncle's Kitchen?**

*aku tau uncle's kitchen dari media sosial instagram temen sih yang lagi foto di uncle's dari situ aku kepo kan buka instagram uncle's banyak postingan foto menarik tempatnya lucu buat foto-foto jadi aku udah kesini lebih dari tiga kali*

#### **2. Apakah anda followers dari @uncleskitchenid?**

*Iya saya follow akun tersebut*

#### **3. Mengapa anda memfollow akun @uncleskitchenid?**

*Sering mengadakan promo dan event bagi pelanggan dan memposting foto-foto menu makanan atau minuman terbaru jadinya bikin tertarik*

#### **4. Bagaimana pendapat anda mengenai konten yang ada di akun @uncleskitchenid?**

*Menarik, gak cuman memposting makanan atau minuman aja suasana serta foto-foto para pengunjung juga di ekspos di akun tersebut.*

**5. Seberapa sering anda melihat konten yang ada di akun @uncleskitchenid?**

*Tidak begitu sering sih. Cuma pas lagi buka Instagram aja atau kalau lagi pengen kesana buka dulu instagramnya lagi ada promo apa enggak hehe*

**6. Mengapa anda tertarik untuk berkunjung dan membeli produk ke Uncle's Kitchen?**

*Setelah melihat postingan dan suasana yang ada disini saya menjadi tertarik kesini. Tapi sebelumnya saya sudah berkali kali kesini, pernah juga kok acara ulang tahun saya waktu itu party decoration disini.*

**7. Apakah anda merekomendasikan konten yang ada di @uncleskitchen id ke orang lain?**

*Tidak pernah. Hanya saya baca untuk diri saya sendiri aja.*

**8. Apakah produk yang anda beli saat berkunjung ke Uncle's Kitchen sesuai dengan postingan foto yang dilihat @uncleskitchenid?**

*Tidak tentu sih. Kalau nyesuain sama postingan produk yang ada di akun Insatgramnya ya pengen semua hehe jadi ya aku sesuai sama budget aja.*

**9. Apa alasan anda membeli produk tersebut?**

*Ya harganya gak begitu mahal kok standar aja pas buat kantong mahasiswa daripada cafe lainnya.*

**10. Apakah anda juga merekomendasikan produk yang anda beli ke orang lain?**

*Iya saya rekomendasikan juga ke teman saya kualitas makanannya yang enak dan harganya juga pas.*

## TRANSKIP WAWANCARA

**Pelanggan Uncle's Kitchen**

**Data Informan**

**Nama : Dwi Putri Algasta**

**Alamat : Pangkalpinang, Bangka**

**Pekerjaan : Mahasiswa**

**1. Kapan ada mengetahui Uncle's Kitchen?**

*dari instagram taunya dari salah satu akun food blogger tapi aku lupa namanya mba, aku kepo di ig uncle lihat foto di instagram suasananya tu keliatan menarik kalo di instagram tempat buat fotonya menarik soalnya vintage gitu mba terus sama temen-temen kesini*

**2. Apakah anda followers dari @uncleskitchenid?**

*Ya, saya menjadi followers akun tersebut.*

**3. Mengapa anda memfollow akun @uncleskitchenid?**

*Tertarik karena banyak program yang diadakan oleh Uncle's Kitchen di informasikan melalui Instagramnya.*

**4. Bagaimana pendapat anda mengenai konten yang ada di akun @uncleskitchenid?**

*Untuk konten yang ada di Uncle saya rasa cukup baik. Karena Uncle Kitchen selalu memberikan info tentang menu makanan dan minuman apa saja, terus*

*seberapa banyak orang berkunjung kesana, dan memberikan promo serta event event tertentu. Jadi membuat orang penasaran untuk pergi kesana.*

- 5. Seberapa sering anda melihat konten yang ada di akun @uncleskitchenid?**

*Tidak terlalu sering melihat, tapi kalau saya diajak kemabli untuk berkunjung kesana tentu saya mau dan suka.*

- 6. Mengapa anda tertarik untuk berkunjung dan membeli produk Uncle's Kitchen?**

*Tertarik sekali mbak. Iya beli kan saya sebelumnya pernah kesini makanan yang disediakan itu reccomended banget. Berbeda dengan cafe lainnya, mahal dan tidak memuaskan.*

- 7. Apakah anda merekomendasikan konten yang ada di @uncleskitchen id ke orang lain?**

*Iya saya merekomendasikan ke teman saya, kadang saya tag postingan foto produk Uncle ke akun teman saya yang lain.*

- 8. Apakah produk yang anda beli saat berkunjung ke Uncle's Kitchen sesuai dengan postingan foto yang dilihat @uncleskitchenid?**

*Gak tentu sih mbak, tapi pernah juga saya order makanan sesuai dengan apa yang saya lihat di akun Instagramnya Uncle keliatan enak makanannya jadi saya pesen itu.*

- 9. Apa alasan anda membeli produk tersebut?**

*Saya ingin mencoba bagaimana kualitas rasanya, saya penasaran aja sih di foto menarik tapi rasa asli gimana enak apa enggak. Ternyata rasanya enak reccomended.*

**10. Apakah anda juga merekomendasikan produk yang anda beli ke orang lain?**

*Saya juga merekomendasikan keteman saya, selain produk yang saya pesan dan juga merekomendasikan produk yang lainnya.*