

LAMPIRAN

a). Nama : Romdy Yatmi

Jabatan : Manager ViaVia Café

- 1) Sejak kapan ViaVia Café berdiri dan sudah berapa lama?
- 2) Konsep apa yang digunakan ViaVia Café?
- 3) Siapa target pasar dari ViaVia Café?
- 4) Apa yang membedakan ViaVia Café dengan Café yang lain?
- 5) Adakah kompetitor terberat dari ViaVia Café ?
- 6) Apakah pengunjung yang datang banyak dari kalangan wisatawan mancanegara atau mungkin wisatawan lokal?
- 7) Dari negara mana saja konsumen wisatawan mancanegara yang datang ke ViaVia Café?
- 8) Bagaimanakan fluktuasi konsumen wisatawan mancanegara pada tahun ke tahun? Semakin berkurang, bertambah, atau stabil di setiap tahunnya?
- 9) Apa yang membuat daya tarik ViaVia Café terhadap konsumen wisatawan mancanegara?
- 10) Bagaimana tahap-tahap dalam strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh ViaVia Café?
- 11) Apakah menurut anda, loyalitas konsumen penting bagi keberlangsungan ViaVia Café?
- 12) Jika iya, apa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan ViaVia Café agar konsumen wisatawan mancanegara bisa tetap loyal dengan datang lagi ke ViaVia Café?

- 13) Apa yang menjadi strategi unggulan dalam strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh ViaVia Café?
- 14) Strategi komunikasi apa saja yang telah berjalan untuk mempertahankan loyalitas konsumen?
- 15) Strategi komunikasi pemasaran seperti apa yang sudah diterapkan di ViaVia Café untuk mempertahankan loyalitas konsumen?
- 16) Dalam pengimplementasiannya, produk seperti apa yang ditawarkan oleh ViaVia Café?
- 17) Menurut anda, harga yang diberikan ViaVia Café apa sudah sesuai dengan produk yang diberikan untuk konsumen?
- 18) Siapa kah segmentasi pasar dari ViaVia Café?
- 19) Bagaimana cara ViaVia Café membangun *brand awareness* dari ViaVia Café atau menentukan positioning?
- 20) Saluran distribusi apa saja yang digunakan oleh ViaVia Café?
- 21) Apakah ViaVia Café sering melakukan promosi? Jika iya, apasaja promosi yang digunakan oleh ViaVia Café?
- 22) Dan apa pesan dan tujuan dilakukannya promosi tersebut?
- 23) Bauran pemasaran apasaja yang digunakan oleh ViaVia Café untuk melancarkan strategi yang telah terlaksana atau sedang terlaksana?
- 24) Apa saja media yang digunakan untuk strategi komunikasi pemasarannya?
- 25) Apakah strategi yang digunakan telah terlaksana dengan baik dan efisien?
- 26) Faktor apa saja yang menjadi penghambat ataupun pendukung dari strategi komunikasi pemasaran ViaVia Café yang sudah berjalan?

- 27) Adakah dampak yang dirasakan setelah dilakukannya strategi promosi tersebut?
- 28) Apasaja bentuk monitoring yang digunakan oleh ViaVia Café?
- 29) Kapan dan bagaimana ViaVia Café melakukan evaluasi?
- 30) Bagaimana cara ViaVia Café merancang dan menciptakan loyalitas konsumen?
- 31) Apasaja karakteristik loyalitas konsumen yang biasanya ditemukan di ViaVia Café?

b). Nama : Sih El Mirmaning Tyas

Jabatan : HRD ViaVia Café

- 1) Apakah HRD di ViaVia merangkap dua jabatan dengan *marketing*?
- 2) Apa saja *jobdes* yang ada di ViaVia Cafe?
- 3) Apa saja Visi dan Misi ViaVia Café?
- 4) Fasilitas apa saja yang tersedia di ViaVia Cafe?
- 5) Apa tugas dan wewenang HRD dalam keberlangsungan ViaVia Café dalam membuat strategi komunikasi pemasarannya?
- 6) Siapa target pasar dari ViaVia Café?
- 7) Bagaimana dan siapa yang melakukan evaluasi terhadap strategi komunikasi pemasaran yang ada di ViaVia Café?
- 8) Strategi apa saja yang digunakan oleh ViaVia Café terhadap pelayan Cafe agar Konsumen menjadi loyal?

8) Bagaimanakan cara untuk menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pelayan ViaVia Café, agar konsumen tetap loyal?

9) Adakah kendala atau hambatan internal dan eksternal yang dirasakan saat strategi komunikasi pemasaran berjalan?

Informan Pengunjung Loyalitas ViaVia Café Jogja

1) Sejak kapan anda mulai datang ke ViaVia Café? (Since when you start to visit ViaVia Café?)

2) Darimana anda tau ViaVia Café? (How do you know about ViaVia Café?)

3) Bagaimana tanggapan anda mengenai ViaVia Café? (what is your opinion about ViaVia Cafe?)

4) Apa yang membuat anda menarik untuk datang ke ViaVia Café? (What makes you like come to ViaVia Cafe?)

5) Menu favorit apa yang anda sukai di ViaVia Café? (What is your favorite menues on ViaVia Café?)

6) Semenjak anda datang ke Yogyakarta, sudah berapa kali anda mengunjungi ViaVia Café? (Since you came to Yogyakarta, then how many times you've visited ViaVia Cafe?)

7) Hal apa yang membuat anda datang lagi ke ViaVia Café? (What is the reason that make you comes again to ViaVia Cafe?)

8) Bagaimana pelayanan yang ViaVia Café berikan kepada anda? (How is ViaVia's service that they gave to you?)

- 9) Adakah saran yang anda berikan untuk ViaVia Café? (Do you have any suggestion for ViaVia Café?)

Informan ViaVia Café Jogja

A. Nama : Romdy Yatmi

Jabatan : Manager ViaVia Café Jogja

1. Sejak kapan ViaVia Café berdiri dan sudah berapa lama?

Jawaban : Kami pertama kali berdiri yaitu pada tahun 1995, yang berarti sekarang sudah menginjak 23 tahun ya.

2. Konsep apa yang digunakan ViaVia Café?

Jawaban : Konsep kami sebenarnya dari awal ialah *World Kitchen* ya, yang berarti menyajikan menu-menu dari seluruh dunia, namun tetap tidak meninggalkan menu lokal atau menu makanan Indonesia ya.

3. Siapa target pasar dari ViaVia Café?

Jawaban : Target kami sebenarnya mungkin lebih ke semua kalangan ya, tapi karena kami berada di wilayah Prowirotaman, maka yang banyak mengunjungi tempat kami ialah wisatawan mancanegara, namun ada juga beberapa wisatawan lokal, dan warga domisili sini, lebih lanjut dijelaskan oleh ibu Tyas ya.

4. Apa yang membedakan ViaVia Café dengan Café yang lain?

Jawaban : Yang membedakan kami dengan Café lain mungkin lebih ke konsep-konsep yang kami usung sih, mulai dari konsep makanannya, konsep desain ruangnya, dll.

5. Adakah kompetitor terberat dari ViaVia Café ?

Jawaban : Pastinya ada ya, sekitar Prawirotaman ada, tapi kami gabisa sebut *merk* ya, hehe. Yang pastinya ada sih, sama nya mungkin konsepnya ya. Tapi hal itu bukan hal yang harus kami takutkan sih, karena kami sudah lebih kuat ya istilahnya dalam dunia perkulineran, dan kami juga sudah lama berdiri, dan telah memiliki pelanggan yang sudah loyal, dan datang lagi kepada Café kami, begitu.

6. Apakah pengunjung yang datang banyak dari kalangan wisatawan mancanegara atau mungkin wisatawan lokal?

Jawaban : Kalau sejauh ini sih, 85% di pegang oleh wisatawan mancanegara ya, 15% nya baru wisatawan lokal. Iya wisatawan lokal paling sering dijumpai di hari *weekend* saja biasanya, namun wisatawan mancanegara hamper tiap hari kami memiliki konsumen dari wisatawan mancanegara ya.

7. Dari negara mana saja konsumen yang loyal dari wisatawan mancanegara yang datang ke ViaVia Café?

Jawaban: Konsumen wisatawan mancanegara yang sudah loyal banyak sih ya dari berbagai negara, kalau disini sih lebih banyak dari Belgia, Prancis, Belanda, Jerman gak terlalu banyak ya, Eropa Timur juga

sedikit, ada juga mereka yang belajar disini, dari Australi, dan Amerika juga sedikit sih, tapi yang lebih banyak dari Eropa

8. Bagaimanakan fluktuasi konsumen wisatawan mancanegara pada tahun ke tahun? Semakin berkurang, bertambah, atau stabil di setiap tahunnya?

Jawaban: Selalu meningkat sih ya tentunya di setiap tahunnya, tapi yang lebih terlihat itu kemarin wisatawan lokal ya, waktu itu ada tempat kami dijadikan lokasi syuting AADC 2 ya, jadi lumayan signifikan sih, yang tadinya hanya 10% setelah ada AADC2 jadi 20%, lumayan signifikan.

9. Apa yang membuat daya tarik ViaVia Café terhadap konsumen wisatawan mancanegara?

Jawaban: Pastinya karena konsep sih ya yang kami usung, karena kami menyediakan dari seluruh dunia, tentu hal tersebut menjadi salah satu daya tarik untuk wisatawan mancanegara untuk datang ketempat kami, selain itu tempat yang kami berikan juga bisa membuat mereka nyaman sehingga datang lagi ke Café kami.

10. Bagaimana tahap-tahap dalam strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh ViaVia Café?

Jawaban: Hmmmm, tahapan-tahapan ya, biasanya kami melakukan perencanaan dulu akan seperti apa, lalu mengimplementasikan, setelah implementasi selanjutnya kami melakukan evaluasi ya dalam setiap strategi yang sudah terlaksana itu gimana aja sih.

11. Apakah menurut anda, loyalitas konsumen penting bagi keberlangsungan ViaVia Café?

Jawaban: Oh ya sangat penting dong tentunya, karena mereka merupakan suatu aset yang harus kami jaga ya, dan mereka adalah *repeater* yang harus dijaring, itu banyak sekali ya konsumen yang sudah beberapa tahun kesini ya kesini lagi, terus itu selalu terulang-ulang setiap tahunnya.

12. Jika iya, apa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh ViaVia Café agar konsumen wisatawan mancanegara bisa tetap loyal dengan datang lagi ke ViaVia Café?

Jawaban: Memang kami mempunyai beberapa strategi komunikasi pemasaran, yang mungkin sekaligus untuk membuat konsumen kami loyal juga ya, yang salah satu yang sering kami tekankan kepada karyawan kami ialah tidak boleh mendiskriminasi dan menghargai perbedaan, dan memberikan pelayanan yang terbaik, dan memberikan kualitas makanan yang tidak mengecewakan, harga yang pas dikatong, sehingga pelanggan merasa nyaman dan akan datang lagi, dan yang terpenting pelanggan yang kembali lagi akan merasa dirinya kembali kerumahnya, atau yang kita sebut *feel home*. Yang selanjutnya yaitu melalui media sosial, kami memiliki media sosial Facebook, Tumblr, Twitter, Instagram dan juga web ViaVia itu sendiri, memang belum secara efisien namun hal ini di anggap akan menambah jumlah pelanggan dengan mengetahui keberadaan ViaVia dan mempermudah

mengetahui lebih lanjut tentang ViaVia itu sendiri tentunya dengan melalui media sosial, bekerjasama dengan berbagai Universitas seperti bazar, dulu pernah UMY juga waktu itu anak kedokteran mengadakan *summer course, cooking class* gitu. dan yang terakhir tentunya *word of mouth* yang dinilai sangat efisien untuk meningkatkan jumlah pelanggan, dengan berdasarkan pengalaman pengunjung yang real, maka diharapkan hal tersebut akan disampaikan dan merekomendasikannya kepada kerabat, sahabat, keluarga, yang bakal menjadi pelanggan loyal dari ViaVia Café.

13. Apa yang menjadi strategi unggulan dalam strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh ViaVia Café?

Jawaban: Yang menjadi unggulan menurut kami yaitu *word of mouth*, yang menurut kami paling efisien juga ya. Karena dengan memberikan pengalaman yang baik, tentu mereka nantinya akan merekomendasikan, dan ada kepuasan tersendiri setelah mengunjungi ViaVia Café.

14. Dalam pengimplementasiannya, produk seperti apa yang ditawarkan oleh ViaVia Café?

Jawaban: Produk atau hidangan yang ViaVia Café berikan untuk dapat menjerat target pasar, tentunya kami sangat memperhatikan kualitas produk yang kami berikan kepada konsumen yang telah loyal ataupun konsumen yang baru, untuk makanan yang kami hidangkan, kami memilih makanan yang sehat dan pilihan, seperti tidak menggunakan MSG, walaupun kita tetap mempunyai bahan-bahan yang mungkin

import karena konsep kita *world kitchen* maka harus menunjang *world kitchen* kita juga harus menggunakan bahan import seperti *parmesean*, *mozzarella* dll seperti itu. Menggunakan bahan-bahan organik, dan sayuran yang kami cuci menggunakan air yang matang, dan juga es batu yang kami produksi juga menggunakan air matang, tidak menggunakan bahan pengawet apalagi pemanis buatan, hal itu akan sangat berbahaya bagi kesehatan tubuh, karena itu tadi kami lebih ke makanan yang sehat sih, karena wisatawan mancanegara itu kan sukanya makanan yang *vegetarian*, dan makanan sehat seperti ini, jadi itu bisa menjadi salah satu strategi untuk mempertahankan konsumen kami yang sudah loyal juga, seperti itu hehe. Dan juga ketika produk yang kami sajikan tidak sesuai, seperti kok warna sayurannya udah berubah ya udah gak kaya seger lagi, atau jus misalnya, kok rasa strawberry nya masih kurang nih, nah maka kita akan ganti hidangan tersebut dengan yang lebih baik lagi dari sebelumnya, agar konsumen pun puas atas hidangan yang kami berikan atau servis yang kami berikan juga, begitupun dengan konsumern yang mempunyai alergi, maka bisa *request* ke kami untuk tidak menggunakan bahan-bahan yang akan membuat mereka alergi, disini sangat bisa sekali *request*, kan agar konsumen nyaman mungkin berada disini. Dengan Konsep *World Kitchen* itu sangat mengakomodir selera wisatawan mancanegara agar tetap loyal ya, biasanya mereka yang sudah loyal akan mencoba lagi masakan Asia atau Indonesia lainnya dari berbagai daerah ya.

15. Menurut anda, harga yang diberikan ViaVia Café apa sudah sesuai dengan produk yang diberikan untuk konsumen?

Jawaban: Harga yang kami tawarkan terbilang sangat terjangkau, dengan harga yang terjangkau kualitas yang diberikan pun sesuai dengan harga tersebut. Menurut kami, setelah dilakukannya survey bahwa harga tersebut sesuai dengan tempat keberadaan ViaVia Café, dan tentunya ekonomi sangat kami perhatikan selain itu harga yang di berikan oleh pesaing pun relatif sama, namun dalam penyajiannya atau kualitasnya tentu berbeda. Selama ini pun belum pernah ada keluhan dari konsumen mengenai harga yang kami berikan.

16. Siapa kah segmentasi pasar dari ViaVia Café?

Jawaban: Segmentasi kami mengarah kepada wisatawan mancanegara dan lokal tentunya, dengan tidak mengebelakangkan warga domestik. Karena tempat kami berada di Prwairotaman ya, jadi lebih banyak wisatawan mancanegara yang datang hanya untuk sekedar makan, *hang out, meeting*, dll. Kami sangat beruntung berada di wilayah ini. Memang sebagian besar di pegang oleh wisatawan mancanegara, namun setelah ada film AADC 2, turis lokal, dan warga domestik jadi banyak berdatangan ke ViaVia Café, yang kebetulan waktu ada AADC 2, menggunakan tempat kami untuk salah satu lokasi syuting, itu lumayan signifikan sih bagi kami, walaupun tetap yang mendominasi wisatawan mancanegara ya.

17. Bagaimana cara ViaVia Café membangun *brand awareness* dari ViaVia Café atau menentukan *positioning*?

Jawaban: Kita lebih ke makanan yang sehat atau *healty food* sih sebenarnya, jadi kami memiliki menu yang mungkin bisa dibilang bagi yang suka *vegetarian*, kami menyediakannya menu tersebut. Kami pun berusaha tidak menggunakan bahan-bahan yang berbahaya bagi kesehatan tubuh seperti tidak menggunakan MSG, dll, ya pokoknya lebih ke makanan yang sehat aja sih, intinya. Tempat yang kami desain juga setiap tahunnya pasti terdapat perubahan ya entah itu dindingnya, atau mungkin pajangannya, ininya kami menciptakan suasana yang nyaman bagi konsumen kita, dan juga agar mereka tidak bosan ya untuk datang terus kesini. Kita juga dengan mengusung konsep *World Kitchen*, dengan kata lain berarti menyuguhkan menu-menu yang ada di seluruh dunia, tapi tidak menghilangkan menu-menu lokal yang ada, ini sih menurut kami strategi yang unggulan kami untuk mempertahankan loyalitas konsumen kami, karena konsep kami yang *world kitchen* ini, dengan hal itu kami memberikan penawaran atau harga yang menurut hasil survey kami terjangkau sih, seperti itu.

18. Saluran distribusi apa saja yang digunakan oleh ViaVia Café?

Jawaban: Tempat bagi kami sangatlah penting ya dalam keberlangsungan perusahaan kami, dan kami sangat beruntung sekali karena kami berada dalam bagian wilayah ini (Prawirotaman) yang strategis dan yang seperti kita ketahui bahwa Prawirotaman ini

merupakan tempat bagi pelancong wisatawan mancanegara ataupun lokal yang berdatangan, atau yang sering warga sini sebut dengan kampung bule ya. Di Indonesia sendiri kami hanya memiliki satu tempat saja, yaitu di Yogyakarta yang terletak di Jalan Prawirodaman, tapi kami memiliki keluarga besar yang berada di beberapa belahan dunia, salah satunya ialah berada di Belgia, yang juga merupakan Negara dari pemilik semua ViaVia. Dan Saluran distribusi agar membantu penjualan produk kami dengan memasukan daftar nama Café kami di aplikasi GoJek agar lebih memudahkan konsumen yang menginginkan produk kami namun malas untuk keluar, jadi aplikasi ini sangat membantu, dan kami biasanya banyak menerima orderan dari aplikasi ini, ya lumayan lah aga signifikan sih.

19. Apakah ViaVia Café sering melakukan promosi? Jika iya, apa saja promosi yang digunakan oleh ViaVia Café?

Jawaban: Kita sebenarnya gak terlalu gencar banget sih ya promosi, tapi tentu kami melakukan promosi, karena promosi itu kan merupakan hal yang sangat penting ya bagi keberlangsungan ViaVia tentunya untuk memperkenalkan keberadaan kami.

20. Dan apa pesan dan tujuan dilakukannya promosi tersebut?

Jawaban: Pastinya dengan melakukan strategi yang telah berjalan, tentu tujuannya untuk mempertahankan loyalitas konsumen yang memang sudah loyal kepada Café kami sejak dulu hingga sekarang, dan juga

untuk menambah konsumen baru yang bakal jadi konsumen yang potensial nantinya.

21. Bauran pemasaran apasaja yang digunakan oleh ViaVia Café untuk melancarkan strategi yang telah terlaksana atau sedang terlaksana?

Jawaban: Banyak bauran pemasaran yang kami pakai ya, mulai dari periklanan kecil-kecilan, pemasaran langsung, beberapa promosi, pemasaran interaktif, hubungan masyarakat, dan yang terakhir itu *word of mouth* ya.

22. Bisa dijelaskan lebih dalam lagi mengenai bauran pemasaran yang digunakan tersebut?

Jawab: iya tentu bisa.

a. Yang pertama periklanan ya, Salah satu media promosi yang kita gunakan dalam bauran pemasaran periklanan yang kita pakai adalah banner, dan flyer, ini sih tidak memakan biaya yang banyak ya. Kalau iklan radio apalagi televisi sih kita belum pernah ya, mengingat biaya yang dikeluarkan juga cukup mahal untuk melakukan iklan di TV, atau radio.

b. Yang kedua yang selalu kami terapkan yaitu kami selalu berkomunikasi dengan baik ya dengan para konsumen yang sudah loyal maupun konsumen yang baru, khususnya konsumen yang sudah loyal ya kita biasanya sering komunikasi melalui whatsapp, atau medsos yang ada, biasanya sih kami kebanyakan wisatawan mancanegaranya, agar bisa tetap menjalankan relasi dengan baik,

lebih ke pendekatan personal sih, mereka sudah seperti keluarga bagi kami, dan ketika nanti ada event-event kami beritahu biasanya agar apa? Agar mereka saat liburan kesini bisa datang ke ViaVia sekaligus saat ada event seperti itu, jadi mereka tahu. Selain berkomunikasi melalui medsos ya, kami juga memberikan *small surprise* bagi konsumen loyal kami yang berulang tahun, seperti memberikan kue, dan dekorasi ucapan ulang tahun, kadang jika ada *live music*, kami me-request lagu untuk konsumen loyal yang berulang tahun. Dan juga kami juga memberikan free kopi atau sesuatu yang kecil kepada konsumen yang loyal kami ya, dan mereka pun menyambut hangat pemberian dari kami. Selain itu kami juga selalu menyediakan menu tambahan yang berbeda di setiap hari nya, baik itu masakan Indonesia, atau kadang kami mix jadi bukan hanya makanan Indonesia saja tapi ada juga *western food* nya, tentunya minumannya juga ada ya, dan juga dessert seperti ice cream dll. Agar konsumen yang datang bisa memilih makanan yang bukan melulu ada di buku menu, tapi hidangan yang kami sajikan berbeda di setiap harinya ya, sengaja kami simpan di depan agar bisa terlihat oleh wisatawan dari bagian luarnya.

- c. Yang ketiga promosi, ada beberapa promosi yang kami lakukan, diantaranya kami juga kadang membagikan *voucher* atau potongan harga sebesar 10%, biasanya kami membagikan nya kepada konsumen yang datang atau sudah loyal, atau seperti bekerjasama

dengan Wisma Bahasa, lalu kami membagikannya, pemberian *voucher* dan potongan harga ini ada beberapa konsumen yang datang gara-gara promo ini, lalu mereka ketagihan, dan merasa nyaman datang ke ViaVia Café, lalu mereka menjadi konsumen yang loyalitas, dan mereka kembali lagi ke ViaVia Café. Kami sering bekerjasama ya dengan event-event besar, *workshop*, agar melancarkan promosi kita, seperti *Jogja-Netpac Asian Film Festival*, yang bertempat di Taman Budaya Yogyakarta (TBY), Cinema XXI, dan CGV. Kami membuka both disana dengan beberapa hidangan yang ada di ViaVia. Dan juga pernah dulu *Summer Course* dari UMY, saat itu anak kedokteran ya, jadi mereka dulu mendatangkan master chef dari luar negeri, dan membuka kelas memasak. Saat itu kami dipilih untuk menjadi salah satu bagian dalam *Summer Course* tersebut, tak lupa kami pun membuka *booth*, dan menyediakan menu-menu yang kami sajikan di ViaVia Café. Selain itu promosi yang kita lakukan dengan mengadakan *BBQ Night (all you can eat)* pada setiap hari kamis malam, pukul 19.00 sampai 22.30 WIB. Dengan harga yang terbilang terjangkau ya, *BBQ 115k, with Corona 165k, Vegetarian 75k, with Corona 125k*. Kami menyediakan menu yang beraneka ragam mulai dari makanan *vegetarian* dan *non vegetarian*, dan kami sengaja membakar daging untuk *BBQ* nya di luar ya, supaya harum nya bisa tercium oleh

orang-orang yang lewat, dan mereka pun nanti akan tertarik untuk mengunjungi ViaVia dan membeli produk kami.

- d. Yang keempat penggunaan sosial media, yang menurut kami sangat manjur ya dalam artian jaman sekarang kan apa-apa internet ya, untuk memudahkan orang-orang untuk berkomunikasi atau mendapatkan suatu info dengan mudah ya, kami sendiri memiliki web pribadi ViaVia secara keseluruhan, media sosial seperti Instagram, Tumblr, Facebook, Twitter, yang ini sangat membantu mengenalkan ViaVia pada khalayak ya. Selain web dan media sosial, kami juga bergabung dengan beberapa aplikasi yang berbasis aplikasi yang memnyajikan dan membahas mengenai *travel, food* atau kuliner, hotel. Yaitu salah satunya *Trip Advisor*, yang kami nilai sangat banyak ya aplikasi itu di akses oleh orang-orang, dan Alhamdulillah ketika mereka memberikan rating itu sangat memuaskan bagi kami dimana kami mendapatkan 4,5 dari 5 bintang ya, dan mendapat *review* yang bagus dari para wisatawan yang pernah datang, hal tersebut tentu menjadi tolak ukur bagi kami untuk terus memberikan yang terbaik bagi para kansumen kami baik yang sudah loyal ataupun yang baru.
- e. Yang kelima ada *public relations* ya, walaupun kami tidak memiliki orang untuk mengelola mengenai *public relation*, namun hal ini telah berlangsung cukup lama di ViaVia Café. Yang kami melakukan *community relations* dengan beberapa pihak, kami juga bekerjasama

dengan Wisma Bahasa yang dimana disana wisatawan mancanegara banyak mengikuti les Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa khususnya, dengan memberikan potongan senilai 10%, hal ini pun kami anggar salah satu strategi ya untuk tetap mempertahankan loyalitas wisatawan mancanegara. Kami membuka *cooking class*, yang lebih banyak sih dihadiri oleh wisatawan mancanegara ya, karena yang kita buat menu untuk *cooking class* itu masakan Indonesia dan juga tentang bagaimana mengelola *vegetarian food* ya, lumayan efisien sih ya pada setiap minggunya. Kami sangat sadar bahwa strategi *marketing* yang hanya mengandalkan internalnya saja tidaklah cukup, maka dari itu perlu juga hubungan dengan eksternalnya, maka dari itu kami sering melakukan *community relations* dengan berbagai pihak, seperti event yang sedang berlangsung sekarang yaitu “*Bagelan Street Art Project*” yang merupakan bagian dari Proyek Seni nya ViaVia, untuk mempertahankan kesenian (jarang kepeng) di Desa Bagelan Purworejo, ViaVia bekerjasama dengan lebih dari 20 seniman mural di Jogja untuk membuat mural di rumah warga di desa tersebut, dan warga desa di Trigger untuk tetap mencintai dan melestarikan kesenian tradisional mereka yang hamper punah sebagai potensi wisata.

- f. Nah yang terakhir ialah *word of mouth* yang menurut kami hal ini juga sangat efisien berjalan. Menurut kami dari semua strategi atau

bauran pemasaran yang paling efektif dan efisien adalah melalui word of mouth ya, dengan cara ini banyak pelanggan kami yang yang berkata bahwa mereka tau ViaVia ya dari temannya yang merekomendasikan kesini seperti itu. Maka dari itu kami selalu menekankan bahwa kita harus memberikan service yang bagus, tempat nyaman mungkin agar mereka merasakan 'feel home' ya, tidak mendiskriminasi, ramah, tersenyum, dan makanan yang disajikan harus sesuai standar, jika tidak akan kami ganti, hal tersebut kami harapkan dapat memberi pengalaman yang bagus untuk di bawa pulang ke kampung halamannya, dan diharapkan nantinya akan memberikan rekomendasi kepada teman, atau sanak sodaranya.

23. Apa saja media yang digunakan untuk strategi komunikasi pemasarannya?

Jawaban: Hmmm media nya ya, ya tadi itu seperti *Banner*, *Flayer*, dan sosial media.

24. Apakah strategi yang digunakan telah terlaksana dengan baik dan efisien?

Jawaban: Mungkin ada beberapa yang sudah terlaksana dengan baik, dan ada beberapa juga yang masih belum terlaksana dengan baik maupun efisien.

25. Faktor apa saja yang menjadi penghambat ataupun pendukung dari strategi komunikasi pemasaran ViaVia Café yang sudah berjalan?

Jawaban: Penghambat ya, kita seringnya sih karena kurang SDM, sangat sulit mencari sumber daya manusia yang berpotensi ya, pendukungnya mungkin karena kami sudah lama berdiri, jadi kami sudah memiliki banyak konsumen yang loyal yah, itu suatu keuntungan sih bagi kami juga.

26. Adakah dampak yang dirasakan setelah dilakukannya strategi promosi tersebut?

Jawaban: Ya, pasti ada. Setiap strategi yang telah kami lakukan, pasti mempunyai *feedback* ke kami nya bagus. Entah itu menjadi bertambahnya konsumen yang datang, menambah *partner* kerja dll.

27. Apasaja bentuk monitoring yang digunakan oleh ViaVia Café?

Jawaban: Kalau saat pesanan konsumen akan diberikan, kami biasanya mengecek terlebih dahulu hidangan tersebut, seperti misalnya *juice* strawberry ya, jika warnanya tidak merah, atau rasa nya berbeda tidak sesuai dengan standar yang kami miliki, maka itu akan kami langsung ganti dengan yang baru, sebelum sampai ke tangan konsumen, maka kita harus mengecek ulang setiap produk yang akan diberikan ke konsumen, agar konsumen tidak merasa rugi dengan hidangan yang kami berikan kepada mereka, seperti itu sih salah satu contohnya ya hehehe.

28. Kapan dan bagaimana ViaVia Café melakukan evaluasi?

Jawaban: Setelah Café tutup biasanya kami berdiskusi mengenai hari tersebut, apakah ada kendala atau hambatan, maka akan di diskusikan di dalam group whatsapp yang telah dirancang. Bagaimana nya mungkin bu Tyas mau menambahkan.

29. Bagaimana cara ViaVia Café merancang dan menciptakan loyalitas konsumen?

Jawaban: Pertama-tama kami kan memiliki konsep *World Kitchen*, tentu hal ini menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara khususnya, selain itu kami menyuguhkan makanan yang *healty food* ya, dan memberikan pelayanan dan tempat yang nyaman mungkin, agar mereka dapat pengalaman yang menyenangkan atau *real*, yang nantinya dapat disampaikan kepada keluarga, teman, kerabat dll.

30. Apasaja karakteristik loyalitas konsumen yang biasanya ditemukan di ViaVia Café?

Jawaban: Kalau karakteristik sih ya berbeda-beda setiap pelanggan yang loyal, kalau wisatawan mancanegara biasanya mereka kembali lagi kesini ketika mereka berlibur, atau yang sedang *study* disini mereka seminggu sekali biasanya mengunjungi Café kami, dan tentunya mereka pun merekomendasikan kepada sanak saudaranya.

B. Nama : L Sih Mirmaning Tyas

Jabatan : HRD ViaVia Café Jogja

1. Apakah HRD di ViaVia merangkap jabatan dengan *marketing*?

Jawaban: Sebenarnya HRD itu kan berhubungan tentang sumber daya manusia ya, namun berbeda di ViaVia Café, karena disini kami kalau misalnya Ibu Romdy tidak ada, ya otomatis saya harus merangkap jabatan menjadi manager, begitupula dengan Ibu Romdy, dan karena kami belum memiliki seorang *marketing*, tapi tahun ini akan ada sudah kami punya satu nama ya, maka dari itu kami juga merangkap jabatan menjadi *marketing* seperti itu.

2. Apa saja *Jobdes* yang ada di ViaVia Café?

Jawaban: Kami memiliki beberapa *jobdes* ya, ya paling tertinggi itu ya *Owner* kami, yang berasal dari Belgia, lalu ada manager, ada HRD, *accounting staff*, lalu dibawahnya lagi ada *waiters*, *chef*, dan juga *cleaning service*.

3. Apa Visi dan Misi dari ViaVia Café?

Jawaban: kalau untuk Visi dari ViaVia Café itu ada 3 ya, tujuan kami adalah menjadi jaringan global yang:

- Berkontribusi ke dunia yang lebih terbuka, adil dan menyenangkan di mana orang berada, dengan keuntungan dan kesenangan yang selaras.
- Menghubungkan orang-orang dari berbagai dunia.

- Menciptakan dialog untuk peduli, belajar dan menghormati dalam hal budaya dan alam.

Sedangkan untuk Misi nya yaitu : Kami menawarkan pengalaman intelektual yang mengesankan dan menyenangkan bagi wisatawan dan penduduk lokal di seluruh dunia, berkomitmen untuk pariwisata berkelanjutan sebagai kendaraan untuk pengembangan sosial ekonomi dan peningkatan toleransi.

4. Fasilitas apa saja yang tersedia di ViaVia Café?

Jawaban: Fasilitas ViaVia Café yaitu diantaranya terdapat parkir yang lumayan luas untuk pengendara mobil maupun motor yang akan mengunjungi ViaVia Café, Wifi yang kencang membuat pengunjung bisa menggunakannya kapan saja saat berada di ViaVia Café, ViaVia Café terdiri atas dua lantai, lantai pertamanya tersedia tempat untuk smoking area maupun tempat untuk bersantai, begitupun pada lantai dua nya. Terdapat menu *Kids Coerner*, toilet yang tersedia di ViaVia Cafe ada 3 toilet. Terdapat masjid yang berada 30 meter dari ViaVia Café, ada ruangan kelas yoga yang bisa digunakan juga untuk shalat, terdapat juga tempat untuk membaca bagi yang suka membaca telah disediakan buku dan sekaligus sofa yang menyamankan para pengunjung. Lukisan atau *Art* yang di temple pada dinding bisa dilihat dan dijadikan spot untuk berfoto, Lagu yang mengiringi setiap jam pada ViaVia Café.

5. Apa tugas dan wewenang HRD dalam keberlangsungan ViaVia Café dalam membuat strategi komunikasi pemasarannya?

Jawaban: Karena kami merangkap jabatan ya, seperti yang sudah di jelaskan tadi, jadi tugas Ibu Romdy ya tugas saya juga, begitupun dengan beliau seperti itu. Dan saya sih lebih ke strategi yang berhubungan dengan staff atau karyawan, yang bisa dibilang bagian internalnya.

6. Siapa target pasar dari ViaVia Café?

Jawab: Sebenarnya kita ga menargetkan juga sih, wisatawan lokal, mancanegara, baik warga yang berdomisili disini, kami sangat menerimanya dari semua kalangan ya, tapi memang yang lebih signifikan adalah wisatawan mancanegara, akan tetapi lebih ke konsep juga ya, ada yang sudah kuat, sebenarnya memang dari awal kita konsepnya adalah *world kitchen*, artinya menyajikan seluruh menu dari berbagai dunia, namun tidak meninggalkan menu lokal atau menu-menu Indonesia. Nah dengan itu kita bagaimana cara ViaVia yang *futurism* ini, kita harus *balance* terhadap *social culture*, ekonomi, ekologi, dengan ekologi ini konsepnya disitu mengurangi penggunaan bahan plastic, memakai bahan organik, yang bertujuan untuk mengurangi *global warming*, untuk makanan, kita memilih dan menyajikan makanan yang sehat, seperti tidak menggunakan MSG, mencuci sayuran dengan air matang, begitupun dengan es batu kami menggunakan air matang, dll.

7. Bagaimana dan siapa yang melakukan evaluasi terhadap strategi komunikasi pemasaran yang ada di ViaVia Café?

Jawaban: Karena kami memiliki group whatsapp ya, jadi yang memiliki jabatan di ViaVia Café yang melakukan evaluasi. Evaluasi kita lihat dari banyak nya pengunjung Café yang datang, kami memang tidak memiliki data tertulis, tapi kami merasakan perubahan yang signifikan ketika wisatawan lokal banyak datang kesini ketika AADC 2 dulu syuting di tempat kami, kami sangat beruntung bisa bekerja sama dengan mereka, sekitar 20% meningkat yang tadinya hanya sekedar 10% saja, ini lumayan sih menurut kami, walaupun tetap yang dominan itu wisatawan mancanegara ya 80%.

8. Strategi apa saja yang digunakan oleh ViaVia Café terhadap pelayan Café agar konsumen menjadi loyal?

Jawaban: Strategi Komunikasi yang telah berjalan dan ViaVia Café terapkan agar konsumen tetap loyal kepada seluruh staff dan karyawan terutama pada bagian *front liner* yaitu harus memberikan senyuman, bersikap ramah memberikan servis yang sebaik mungkin untuk para konsumen baik konsumen yang sudah loyal kepada kami ataupun konsumen baru, yang nantinya diharapkan menjadi pelanggan yang loyal, dengan cara pendekatan personal dengan berinteraksi langsung dengan para pengunjung café, dan tidak boleh mendiskriminasi, dan konsumen bisa merasakan *feel home* ya.

9. Bagaimana cara untuk menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pelayan ViaVia Café, agar konsumen tetap loyal?

Jawaban: Menerapkannya dengan tidak mendiskriminasi dalam artian jika konsumen merasa ada keluhan terhadap hidangan atau servis yang dilakukan, konsumen bisa menyampaikannya langsung kepada staff atau karyawan yang ada di tempat, dan karena banyaknya wisatawan mancanegara yang datang kesini, kita pun harus toleran dan *open minded* terhadap perbedaan agar konsumen pun merasa nyaman dan tidak merasa tertekan saat berada di ViaVia Café.

10. Adakah kendala atau hambatan internal dan eksternal yang dirasakan saat strategi komunikasi pemasaran berjalan?

Jawaban: Oh pastinya ya kalau kendala atau hambatan itu pasti ada, ya hambatannya pasti dari eksternal dan internal ya, kendala internalnya itu kadang dari SDM yang masih belum fasih menggunakan Bahasa Inggris, jadi sulit berkomunikasi dengan wisatawan mancanegaranya, dan kalau dari eksternalnya sih mungkin adanya kompetitor yang hampir serupa dengan konsep atau sajian makanannya dengan Café kami. Kalau faktor pendukungnya, kami bersyukur sih semakin lama kami berdiri banyak konsumen yang sudah menjadi loyal tentunya, hal tersebut menambah semangat kami dong tentunya.

Informan Konsumen Loyal di ViaVia Café

Nama : Albert Johannes Bylsma

Negara Asal : Belanda

1. Sejak kapan anda mulai datang ke ViaVia Café? (*Since when you start to visit ViaVia Café?*)

Jawaban: Saya sudah datang ke 2 kali ke Indonesia pada tahun kemarin selama beberapa bulan, dan tahun sekarang juga 2 bulan, dan saya cukup lama tinggal disini.

2. Darimana anda tau ViaVia Café? (*How do you know about ViaVia Café?*)

Jawaban: From my friend from Holand an also from my girlfriend, she recommended me to came in ViaVia Café, karena selama beberapa hari saya di Jogja belum menemukan makanan yang cocok untuk saya, and then I ask my girlfriend, then she recommend in ViaVia. And after taste, i think this food seems to suit me, and I'm so like this food. I'm feel like I'm in home, because in ViaVia I got some food like Holand Food.

3. Bagaimana tanggapan anda mengenai ViaVia Café? (*What is your opinion about ViaVia Café?*)

Jawaban: It always good, good service, friendly, and low budget hehe.

4. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke ViaVia Café?
(What makes you like come to ViaVia Café?)

Jawaban: I like art space, I like music Jazz, and also this food in ViaVia are delicious, that's why I always came to ViaVia again.

5. Menu favorit apa yang anda sukai di ViaVia Café? *(What is your favorite menus on ViaVia Café?)*

Jawaban: Egg lovers sandwich, beef burger on bun served with a salad and french fries, and Indonesian food are vegetarian nasi goreng, and then sate ayam, I like it hehe.

6. Semenjak anda datang ke Yogyakarta, sudah berapa kali anda mengunjungi ViaVia Café? *(Since you came to Yogyakarta, then how many times you've visited ViaVia Café?)*

Jawaban: 3 or 4 days on one week, but actually I'm go to ViaVia for breakfast, and dinner at the same day hehe.

7. Hal apa yang membuat anda datang lagi ke ViaVia Café? *(What is the reason that make you comes again to ViaVia Café?)*

Jawaban: Karena sangat sulit mendapatkan makanan dari seluruh dunia di Jogja, tapi di ViaVia ada semua, so I always came again and again to ViaVia Café if I came to Jogja.

8. Bagaimana pelayanan yang ViaVia Café berikan kepada anda?
(How is ViaVia's service that they gave to you?)

Jawaban: So good, tidak pernah mengecewakan saya selama makan disini.

9. Adakah saran yang anda berikan untuk ViaVia Café? (*Do you have any suggestion for ViaVia Café?*)

Jawaban: Hmm, maybe no, I think everything in ViaVia Café is enough for me.

Nama : Sophia Marie Hornbacher-Schonleber

Negara Asal : Jerman

1. Sejak kapan anda mulai datang ke ViaVia Café? (*Since when you start to visit ViaVia Café?*)

Jawaban: Hmmmm, mungkin ketika aku pertama kali ke Jogja tahun 2012.

2. Darimana anda tau ViaVia Café? (*How do you know about ViaVia Café?*)

Jawaban: Rekomendasi dari temen, waktu aku masih belajar di Wisma Bahasa, setiap murid disana mendapatkan diskon dari ViaVia Café berupa voucher 10%, jadi aku tau dari sana, dan memang aku masih dapat diskonnya, jadi aku enak mau kesananya.

3. Bagaimana tanggapan anda mengenai ViaVia Café? (*What is your opinion about ViaVia Café?*)

Jawaban: Hmm, aku suka makanannya disana, dan suasananya disana, khususnya di atas karena kurang ramai, dekorasi yang cantik, terus *service* nya yang bagus, tapi yang lebih pentingnya makanannya.

4. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke ViaVia Café?
(What makes you like come to ViaVia Café?)

Jawaban: Selain makanannya, dan suasananya, mereka juga punya *travel agency*, jadi pertama kali aku kesana aku belum banyak tahu tentang Jogja, dan mereka punya banyak *tour*, *workshop*, jadi aku tertarik datang kesana, dan juga ada *shop* nya juga. Lengkap jadi satu hehe.

5. Menu favorit apa yang anda sukai di ViaVia Café? *(What is your favorite menues on ViaVia Café?)*

Jawaban: Uhhh, mereka selalu ada menu tambahan yang berganti, tapi aku lebih suka makanan non Indonesia disana, mungkin khususnya aku suka sarapan disana, karena ada sarapan Eropa, pake keju, *omlete* yang pake keju, karena disini jarang makanan yang pake keju, tapi kalau disana ada khusus hehe.

6. Semenjak anda datang ke Yogyakarta, sudah berapa kali anda mengunjungi ViaVia Café? *(Since you came to Yogyakarta, then how many times you've visited ViaVia Café?)*

Jawaban: Sering, biasanya seminggu sekali, akhir minggu biasanya kesana.

7. Hal apa yang membuat anda datang lagi ke ViaVia Café? (*What is the reason that make you comes again to ViaVia Café?*)

Jawaban: Makanan nya enak, dan aku suka bekerja disana, seperti menulis atau membaca, karena susasananya enak dan tenang, jadi cocok buat aku bekerja dan berfikir disana.

8. Bagaimana pelayanan yang ViaVia Café berikan kepada anda? (*How is ViaVia's service that they gave to you?*)

Jawaban: Oh sangat bagus, karena aku sering kesana, jadi pelayan Café disana sudah mengenal aku, jadi aku bisa dibilang pelanggan yang sudah loyal, jadi merasa sedikit seperti keluarga, seperti itu hehe.

9. Adakah saran yang anda berikan untuk ViaVia Café? (*Do you have any suggestion for ViaVia Café?*)

Jawaban: Gaada yang lebih khusus, tapi aku lebih suka makanannya dimasukan sama *tax* nya jadi ga terpisah hehe, tapi itu hanya masalah kecil saja sih hehe.

Nama : Gillian Irwin

Negara Asal : Amerika Serikat

1. Sejak kapan anda mulai datang ke ViaVia Café? (*Since when you start to visit ViaVia Café?*)

Jawaban: Pertama kali saya tinggal di Jogja itu tahun 2013, jadi ketika saya itu saya sudah mengenal ViaVia Café.

2. Darimana anda tau ViaVia Café? (*How do you know about ViaVia Café?*)

Jawaban: Dari teman Indonesia, merekomendasikan kesana.

3. Bagaimana tanggapan anda mengenai ViaVia Café? (*What is your opinion about ViaVia Café?*)

Jawaban: Oh ya bagus, menurut saya, menurut saya, makanan disana ya memang enak, tapi kadang-kadang tidak sesuai dengan aslinya, tapi masih enak, dan kalau mau pilihan banyak tentang makanan diseluruh dunia, pasti ke ViaVia, tapi tetap ada perbedaan dengan makanan asli ketika saya di Amerika. Tapi masih suka.

4. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke ViaVia Café? (*What makes you like come to ViaVia Café?*)

Jawaban: Banyak hal, karena ada banyak pilihan di menu, juga ada bakery, suka roti dari sana, dan juga ada *hanakata coconut* enak banget hehe, dan juga pernah kesana untuk *tour*, seperti *village tour*, sudah pernah satu kali dan beli *souvenir* disana, beli oleh-oleh buat

keluarga di Amerika. Dan kadang-kadang ada karaoke disana, atau ada *Art show*, like JavaJazz.

5. Menu favorit apa yang anda sukai di ViaVia Café? (*What is your favorite menues on ViaVia Café?*)

Jawaban: Mmmmm, mungkin *vegie burger*, sangat suka *vegie burger* dan juga *broodje smos*, karena tidak ada *broodje smos* seperti di seluruh Jogja, tidak ada, hanya ada di ViaVia Café, hmmm enak.

6. Semenjak anda datang ke Yogyakarta, sudah berapa kali anda mengunjungi ViaVia Café? (*Since you came to Yogyakarta, then how many times you've visited ViaVia Café?*)

Jawaban: 3 kali dalam sebulan biasanya aku kesana.

7. Hal apa yang membuat anda datang lagi ke ViaVia Café? (*What is the reason that make you comes again to ViaVia Café?*)

Jawaban: Variasi menu, dan *athmosphere*, suasana, pelayanannya bagus sekali. Dan aku suka tempat yang ga semua bule, dan di ViaVia Café banyak juga orang Indonesia disana, jadi aku suka. Dan gula disana itu selalu dipisahkan, karena mungkin ViaVia Café sudah tau kesukaan bule seperti apa hehe.

8. Bagaimana pelayanan yang ViaVia Café berikan kepada anda? (*How is ViaVia's service that they gave to you?*)

Jawaban: Pelayanannya baik sekali, cepat, selalu ramah, dan saya suka karena mereka pakai Bahasa Indonesia, tapi Bahasa Indonesia

yang mudah, tidak pakai Bahasa Jawa. Dan saya pikir ada beberapa pelayan yang sudah akrab dengan saya, jadi saya suka disana.

9. Adakah saran yang anda berikan untuk ViaVia Café? (*Do you have any suggestion for ViaVia Café?*)

Jawaban: Mungkin Flavor harus digoreng harus digoreng sedikit lebih lama, tapi masih enak hehe.

DOKUMENTASI



1. ViaVia Nampak dari depan



2. Ruang membaca sekaligus untuk *Kids Corner*



3. Ruang lantai dua di ViaVia Cafe



4. Ruang lantai bawah di ViaVia Cafe



5. Saat wawancara dengan Manager dan HRD ViaVia Cafe



**6. Saat wawancara dengan Albert, konsumen yang loyal di ViaVia
Cafe**



**7. Saat wawancara dengan Sofia, konsumen yang loyal di ViaVia
Cafe**



**8. Saat wawancara dengan Gilli, konsumen yang loyal di ViaVia
Cafe**