

Lampiran 1. Interview Guide

INTERVIEW GUIDE

PENYAMPAIAN PESAN DIGITAL MARKETING TOKO ONLINE DANVISTORE

A. Digital Marketing

1. Target Marketing

- a. Produk apa yang anda jual?
- b. Berapa kisaran harga dari produk yang anda jual?
- c. Apakah anda memiliki segmentasi target dari produk yang anda jual? Seperti target lokasi dan target demonstrasi?
 - Target lokasi? (Lokasi penjualan)
 - Target demonstrasi? (Jenis kelamin, rentan usia, penghasilan)

2. Messages Tailoring

- a. Apakah pesan yang disampaikan sesuai dengan keinginan dari target konsumen?

3. Interactive Capabilities

- a. Apakah anda memiliki keterlibatan dengan pelanggan sebagai penunjang dari bisnis yang anda jalani?

4. Information Access

- a. Apakah pengunjung mendapatkan informasi yang jelas tentang toko online Danvistore dari sebuah situs atau website atau media sosial?

5. Sales Potential

- a. Sudah berapa lama melakukan bisnis toko online melalui media sosial dalam mempromosikan produk yang dijual?
- b. Menurut anda apakah instagram mampu memberikan keuntungan tersendiri bagi penjualan anda?

6. Creativity

- a. Apakah anda menerapkan konsep dalam mengunggah foto dan video di toko online yang anda jalankan?

B. Strategi Penyampaian Pesan

1. Pesan Menarik Perhatian

- a. Pesan seperti apa yang Danvistore sampaikan kepada konsumen untuk menarik perhatian?

2. Pesan Menciptakan Minat

- a. Pesan seperti apa yang bisa menciptakan minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Danvistore?

3. Pesan Beresonansi

- a. Dalam menjalin hubungan personal dengan konsumen, apa yang Danvistore lakukan dan iklan seperti apa yang Danvistore sampaikan?

4. Pesan Menciptakan Rasa Percaya

- a. Pesan seperti apa yang Danvistore sampaikan untuk menciptakan rasa percaya kepada konsumen?

5. Pesan Mengenang

- a. Strategi apa yang dilakukan agar iklan dari Danvistore dapat di ingat kembali oleh konsumen?

6. Pesan Menyentuh Emosi

- a. Pesan seperti apa yang disampaikan Danvistore untuk menciptakan daya tarik kepada konsumen

7. Pesan Memberikan Informasi

- a. Pesan seperti apa yang yang disampaikan Danvistore dalam menginformasikan produk kepada konsumen?

8. Pesan Mengajarkan

- a. Apakah ada pesan yang disampaikan oleh Danvistore untuk mengedukasi konsumen tentang produk yang dipasarkan?

9. Pesan yang Membujuk

- a. Apakah Danvistore pernah membuat pesan dengan menggunakan testimony dari konsumen untuk membujuk calon pelanggan?

10. Pesan yang Menciptakan Asosiasi Brand

- a. Bagaimana cara Danvistore menciptakan asosiasi brand, sedangkan Danvistore tidak menjual produknya sendiri melainkan menjual produk brand Apple?

11. Pesan yang Memicu Tindakan

- a. Apakah ada pesan yang Danvistore lakukan untuk memicu konsumen melakukan tindakan pembelian?

Lampiran 2. Transkrip Hasil Wawancara

TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Wawancara ini dilakukan pada hari Sabtu tanggal 29 Juni 2019 pukul 14.00 WIB, dengan pemilik Toko Danvistore dan juga 2 konsumen.

DEVINA GUNAWAN (Informan 1/Pemilik Toko)

Peneliti : Boleh tau sejarah danvistore berdiri bagaimana?

Informan 1 : boleh, jadi awalnya saya buka toko *online* itu tahun 2014 lupa bulan apa... sebentar coba tak *scrolling* instagram pertama kali *posting* foto bulan apa hehe. Oh ini, bulan Juli pertama kali *posting* foto sepatu convers putih tuh tanggal 26 Juli 2014. Awalnya gak spesifik sih mau jual iphone atau produk nya Apple kaya sekarang, dulu sembarang tak jual kaya sepatu, tas, case handphone, dompet, tapi yang grade ori bukan *original*.

Peneliti : maksudnya *grade ori* itu kaya gimana kak?

Informan 1 : *grade ori* sih bisa dibilang barang KW ya tapi yang paling bagus gitu hehehe.

Peneliti : oh, lalu sejak kapan jadi spesifik jualannya produk-produk Apple kak?

Informan 1 : kalo gak salah akhir tahun, Desember gitu mendekati hari natal dulu pas masih jamannya iphone 5 dan 6 baru happening tuh aku mulai nyoba jual waktu itu juga beraninya cuma jual iphone sama ipad aja belum berani produk yang lain kaya

macbook soalnya modalnya masih dikit itu aja ngambil dari tabungan ku sendiri terus didorong sama keluarga terutama kakak ku.

Peneliti : waktu udah jual produk apple nih kak kaya ipad sm iphone, kak devina udah gak jual yang lain berarti? Kaya sepatu, tas sama dompet udah stop dijual?

Informan 1 : hhhm enggak sih, selagi barangnya masih ada ya masih aku jual hehe eman soale kalo enggak kejual juga buat apa. Jadi dulu selagi jualan iphone aku juga jual sepatu sama *case handphone* aja tapi posting foto ke instagramnya jarang-jarang sepatu sama case nya lebih sering posting iphone sama testi-testi gitu.

Peneliti : waktu cuma jual tas, sepatu dll itu kak Devina netapin target yang nantinya bakal jadi pembeli?

Informan 1 : mungkin iya ya, soalnya waktu itu kan jualnya dari yang kecil-kecil dulu gitu modalnya soalnya yang dijual kan juga *grade ori*. jadi kayanya ya target dari jualan ku itu anak muda yang mau gaya tapi *low budget* gitu.

Peneliti : oh berarti bisa dibilang menengah ke bawah ya kak?

Informan 1 : iya begitulah hehe.

Peneliti : nah kalo sekarang nih kan cuma jual produk apple berarti segmentasi nya juga berubah dong ya, gak lagi menengah ke bawah?

Informan 1 : iya soalnya kan kalo untuk segmentasi menengah ke bawah tuh juga ada yang jual iphone tapi gak *original*, maksudnya kaya grade ori ada yang cuma luarannya aja kaya iphone tapi ternyata dalamnya itu bukan ios tapi android. Itu parah sih yang jual kaya gitu soalnya nanti kalo sewaktu-waktu mati ya yaudah mati total udah gak akan bisa kepace lagi diservice juga engga bisa. Terus mereka jualnya juga harganya gila kaya 2 juta sampe 3 jutaan aja bahkan yang paling mahal sekitar 5 jutaan. Nah mungkin itu yang segmentasi calon pembelinya menengah ke bawah.

Peneliti : berarti secara gak langsung segmentasi target dari Danvistore sekarang menengah ke atas ya kak?

Informan 1 : iya bisa dibilang gitu, soalnya barang yang kita jual kan udah ngeliatin brand yang cukup punya nama dan selalu dianggap barang mahal toh terus kita punya juga barang yang *original* bukan kw atau *grade ori* kaya gitu-gitu.

Peneliti : kalo boleh tau nih kak, produk yang dijual di Danvistore itu kisaran berapa sih kak?

Informan 1 : macem-macem sih, kalo kaya iphone per-type harganya beda-beda gak sama semua mulai dari harga 3 juta sampe macbook sih yang rada lumayan harganya spek nya juga beda harganya sekitar 30 jutaan.

Peneliti : oh berarti harga nya dari 3 sampe 30 juta ya kak? Nah biasanya yang beli produk Danvistore itu rata-rata usia berapa kak?

- Informan 1 : mm yah gak ngerti ya kalo usianya berapa tapi paling sering sih ya segede kamu lah yang beli, anak kuliah atau orang-orang pekerja gitu kisaran umur 20 tahunan paling ya. Tapi ada juga kaya ibu-ibu gitu yang beli tapi ya balik lagi sih buat anaknya juga katanya. Ya berarti sekitar 20 – 40 tahunan. Kita juga nargetin konsumen yang suka pake *gadget*, aktif main di sosmed sama *update gadget* terbaru khususnya apple.
- Peneliti : biasanya kaka nargetin lokasi penjualan gak? Kaya spesifik nih khusus di Surabaya bagian A atau bagian B aja?
- Informan 1 : enggak kok, kan jual di instagram jadi ya jualan nya ke seluruh Indonesia hehehe tapi kalo yang khusus di daerah Surabaya atau Sidoarjo kita bisa ketemu gitu transaksi nya *cash on delivey* (COD) tapi kalo yang diluar itu biasanya transaksi nya di transfer sih terus barang kita kirim kaya olshop pada umumnya aja.
- Peneliti : biasanya yang beli selain dari Surabaya dan sidoarjo itu dari kota mana aja kak?
- Informan 1 : macem-macem sih ada yang dari Tulungagung, Probolinggo, Banyuwangi, Ambon, terus mana ya... Maluku, Kalimantan, Mataram terus juga pernah ke Merauke terus waktu itu juga pernah ngirim iwatch ke Waikabubak NTT.
- Peneliti : wih jauh-jauh juga ya kak ngirimnya itu sampai dengan selamat? Maksudnya kaya kondisinya bagus gitu?

Informan 1 : ya sejauh ini sih belum ada complain ya yang dikirim ke kota-kota itu.

Peneliti : nah terus kak, kan tadi bilang segmentasi usia yang beli di danvistore usianya kisaran 20 sampai 40 tahunan. Biasanya ada *trick trick* gitu gak sih kaya ngerayu buat belinya kan pasti beda tuh usi 20 tahun sama yang 40 tahunan. Itu gimana kak?

Informan 1 : apa ya bingung juga aku kalo ditanya begini, kalo ngerayu sih enggak ya paling kan kita ketemu itu kalo mau cod-an aja kalo di chat pribadi sama admin sih ya wajar-wajar aja gitu kalo pembeli nanya apa ya kita jawab selain itu sih enggak hehe.

Peneliti : oh berarti ga ada ngerayu-rayu buat beli gitu ya kak?

Informan 1 : enggak, kecuali kalo nanti aku punya toko yang beneran paling tak rayu-rayu orang yang lewat buat beli handpone di tokoku.

Peneliti : hehehe, terus nih kak danvistore itu punya keterlibatan sama pelanggan buat jadi penunjang bisnis yang danvistore jalanin?

Informan 1 : maksudnya kaya gimana?

Peneliti : hhm, kaya gini ketika kaka ngelayanin pelanggan yang mau beli iphone terus ngasih presentasi dulu gitu sebelum mereka akhirnya benar-benar beli iphone di toko kakak?

Informan 1 : oh, hhm enggak sih biasanya orang yang mau beli itu rata-rata udah tau gitu produk nya kita kaya gimana paling 1 atau 2

orang kita kasih tau tapi gak mendetail cuma sekedar ngasih tau aja kalo ini ios bukan android kaya gitu.

Peneliti : kan danvi ini jual aktifnya di instagram ya kak, nah biasanya nih pelanggan atau calon pembeli itu dapet informasi yang jelas soal danvistore nya itu sendiri gak sih?

Informan 1 : maksudnya kaya tokonya ya bukan produknya?

Peneliti : iya, si danvistore nya ini dulu blm masuk ke produk yang dijual di danvistore nya hehe.

Informan 1 : waktu itu pernah ikut paid promote jadi ditawarkan toko online kita sama salah satu selebgram namanya Geraldytan jadi *followers* nya dia kan bisa tau tuh toko *online* kita dari si selebgram itu ngasih informasi yang jelas tentang toko *online* yang aku kelola terus juga kalo mau *stalking* instagram kita juga gak dikunci jadi ya boleh liat-liat dulu hehe. Terus di tokped juga ada, tapi gak seberapa aktif sih lebih sering di instagram aja.

Peneliti : ini kak, danvistore udah buka dan mulai toko *online* itu dari tahun 2014 berarti sekarang udah 5 tahun ya kak hampir jalan 6 tahun. Kalo dari segi menguntungkan menurut kak Devina nguntungkan gak pake sosial media buat promosi produk yang dijual?

Informan 1 : iya gak kerasa udah hampir 6 tahun Danvistore berdiri, pake instagram sih efektif ya buat promosi apalagi dijamin sekarang ya kaya siapa sih yang gak punya instagram. Rata-

rata kan pada punya semua jadi lebih gampang dan terbukti jualanku juga akhirnya jadi meluas ke kota-kota lainnya.

Peneliti : di danvistore sendiri nih aku liat kan isinya cuma testi-testi doang ya kak, sebenarnya itu konsep yang dipilih untuk dijadiin konten atau gimana kak?

Informan 1 : hehehe iya kalo diliat kan di instagram cuma posting testimoni doang kaya yang biasanya, bahkan keliatan kaya gak menarik. Soalnya aku mau nerapin kaya tema-tema yang lucu gitu tapi ngerasa udah baik-baik aja sama postingan yang isinya cuma testimony jadi yaudah gitu aja, lagian juga aku masih belum mau ngerekrut pegawai gitu buat jadi *team* yang ngurus, semuanya masih sendiri selama masih bisa promosi ya dijalanin aja.

Peneliti : berarti gak dikonsep ya kak?

Informan 1 : iya enggak, yaudah gitu aja mungkin kalo dikonsep ya konsep testimoni hehe

Strategi penyampaian pesan

Peneliti : pesan seperti apa yang danvistore sampaikan sama konsumen untuk menarik perhatian?

Informan 1 : apa ya kalo di instagram kan aku cuma posting testimoni dari pembeli aja terus caption nya juga cuma nulis *thank you for trusting us* terus customernya siapa, beli apa gitu. oh iya, di bio juga itu ada *caption cheap and trusted*. Kita juga nawarin untuk COD daerah Surabaya dan Sidoarjo terus juga nawarin

Free Ongkir ke seluruh Indonesia dan cicilan kartu kredit 0% yang jangka waktunya 3, 6, 12 bulan biar pelanggan itu tertarik terus mau beli ke danvistore.

Peneliti : kalo pesan yang bikin calon konsumen minat buat beli produk di danvistore, ada kak? Kalo ada kaya gimana?

Informan 1 : kayanya sama deh kaya itu tadi, ya kaya nawarin cicilan, *free* ongkir gitu.

Peneliti : oh iya iya hehe. Kalo waktu menjalin hubungan dengan konsumen, apa yang danvistore lakukan terus pesan seperti apa yang disampaikan?

Informan 1 : kalo ke pelanggan sih paling kaya ngejalin hubungan yang cukup baik pada umumnya aja terus kadang juga aku minta tolong gitu loh sama pelanggan ku kalo ada yang mau beli iphone apa ipad atau produk apple yang lain ngehubungin aku aja. Bahasanya tuh kaya ngasih info ke temen atau kerabatnya buat beli produk apple sama aku.

Peneliti : oh kaya *word of mouth* gitu ya kak? Nawarin dari mulut ke mulut

Informan 1 : ya bisa dibilang gitu lah

Peneliti : terus ini kak di danvistore itu kan menjual barang yang istilahnya nggak murah terus ngejualnya juga di instagram, dan danvistore juga gapunya toko *offline*. Ada gak sih calon pembeli yang kadang nggak percaya terus kalo gitu gimana?

Apakah ada pesan yang disampaikan untuk menciptakan rasa percaya?

Informan 1 : aku cerita dikit ya, waktu itu akhir tahun 2018 kemarin ada akun yang ngaku-ngaku sebagai danvistore. Dia bikin akun yang namanya mirip cuma pake tanda underscore (_) gitu kalo danvi kan nama ig nya @danvistore nah kalo dia ini @danvi_store terus lokasinya di Riau. Dia juga jual gadget gitu tapi aku gak tau itu original atau nggak sampe akhirnya aku DM buat nanya baik-baik. ketauannya juga karna waktu itu calon pembeliku bingung karna ada 2 akun yang mirip namanya terus pake avatar logo danvistore juga. Setelah aku DM dan gak dibales tetep aku pantau sampe akhirnya dia ganti nama terus aku *screenshootin* semua dan aku taruh di *highlight* instagramnya danvistore biar gak ada yang bingung dan ketipu lagi gitu. Terus kan aku selalu *memposting* testimoni di instagram nah di bio juga udah aku tulis trusted dan juga ada *highlights* yang aku kasih judul pengiriman ke seluruh Indonesia. Mungkin itu ya yang bisa menciptakan rasa percaya untuk konsumen.

Peneliti : oh gitu, biar konsumen gak bingung sih emang sekarang di instagram kan juga udah ada fitur *highlights* jadi lebih efektif aja ya kak buat ngasih tau dan bisa kesimpn juga kaya foto yang *diposting* di *feed*.

Informan 1 : ya kaya gitu harus dipake maksimal fitur instagram biar kita juga gak capek ngejelasin satu-satu ke pelanggan atau calon pembeli.

- Peneliti : biar dikenang nih sama pelanggan, ada gak sih pesan atau iklan yang disampaikan dari danvistore kepada pelanggannya?
- Informan 1 : nggak ada sih, paling cuma ya gini aja owner nya harus pinter-pinter ngobrol sama calon konsumen atau pelanggannya biar dikenang karna *ownernya* ramah hehehe
- Peneliti : Selama ini ada keluhan gak sih kak? Atau justru malah ada kesan yang disampaikan sama pelanggan? Kalo ada keluhan gitu cara menanggapi kaya gimana?
- Informan 1 : kalo keluhan setelah pelanggan beli sih selama ini nggak ada ya kayanya, tapi kadang ada calon konsumen gitu yang mau liat-liat karna kita gak nyantumin harga di *feeds* instagram jadinya ada yang nanya gak santai tapi kita tetep nanggapi nya biasa aja justru malah kita giring untuk menghubungi ke LINE kita langsung
- Peneliti : oh gitu, kalo jual produk *gadget* kaya gini pasti ngasih penjelasan informasi ya kak buat ngajarin tentang cara penggunaan produk?
- Informan 1 : kalo yang udah biasa pake produk apple sih kayanya nggak perlu susah susah ya but ngasih tau cara kerjanya kaya gimana karna pasti udah paham. Kalo yang baru ini kadang suka bingung karna peralihan dari android ke ios itu rada susah jadi aku suka ngasih info buat mulainya gimana, cara perawatannya juga kaya apa. kadang mereka juga suka nanya

langsung atau chat ya gak papa karna udah jadi tanggung jawab aku buat ngajarin juga

Peneliti : ada pesan yang sifatnya persuasif gak kak untuk mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang dijual?

Informan 1 : ya paling yang kaya tadi aku bilang sih, ngasih penjelasan kalo ini bisa dicicil bunga 0%, terus juga testimony-testimony gitu kayanya juga mempengaruhi konsumen buat beli produk apple di danvistore

Peneliti : mau Tanya lagi nih kak, kan danvistore gak ngejual produk yang diproduksi sendiri melainkan produk dari brand lain yaitu apple, terus ada gak cara dari danvistore sendiri untuk menciptakan asosiasi brand?

Informan 1 : hhhm, kan danvistore punya logo tuh terus setiap foto yang kita posting di instagram selalu kita *watermark*-in kita temple logo danvistore itu jadi selain kita ngebangun brand toko melalui logo kita juga menghindari pencurian dari pesaing gitu makanya ngepost foto di *feed* instagram pake *watermark* biar gak dicuri. Soalnya kan gampang banget ya sekarang kalo tinggal *screen shoot* terus potong bisa jadi dikira foto nya dia, kalo pake *watermark* kan pasti mikir-mikir kalo mau ngambil fotonya.

Peneliti : terakhir nih kak, kalo pesan yang memicu konsumen buat beli itu ada gak? Kalo ada yg seperti apa?

Informan 1 : sama aja sih kaya yang aku jelasin tadi.

Grandis (Informan 2 / Konsumen)

Peneliti : tau danvistore dari mana?

Informan 2 : awalnya emang niat mau ganti iphone, terus awalnya ngeliat harga di *e-commerce* dan aku iseng juga nyari di instagram. Ada beberapa akun yang aku liat salah satunya ya danvistore, dan kebetulan gak di kunci jadi bisa aku liat-liat dulu. Jadi awal taunya dari instagram.

Peneliti : mbak usianya berapa dan pekerjaannya apa?

Informan 2 : usianya 25 tahun aku pegawai swasta

Peneliti : kenapa tertarik beli di danvistore padahal disetiap unggahannya tidak variatif?

Informan 2 : ngeliat dari testimony-testimoninya sih mbak, soalnya kaya ngerasa lebih terpercaya aja karna testi yang diposting banyak dan mention orang yang beli juga. Jadi ngerasa kaya, apa ya gak mungkin ditipu lah soalnya yang beli juga udah banyak kan

Peneliti : ketika melihat instagram danvistore, apakah mbak dapat info yang jelas tentang toko ini?

Informan 2 : iya dapet info yang jelas, soalnya kan di bio juga udah nyantumin link yang bisa langsung nyambung sama Line trs tinggal kita add aja dan nanya-nanya

- Peneliti : ada gak pesan yang membuat mbak tertarik beli di toko ini?
- Informan 2 : apa ya, pesan yang bikin pengen beli sih karna harga yang ditawarkan murah hehehe ini aku beli Iphone x yang 64GB seharga 14.7jt, sedangkan kalo di iBox nya langsung masih masih sekitar 18 jutaan jadi ya pasti kan lebih milih beli disini aja ketimbang beli di iBox, toh dapet garansi juga disini
- Peneliti : oh berarti karna barang yang dijual dibawah rata-rata harga di iBox nya makanya mutusin untuk beli disini ya?
- Informan 2 : iya kan perbandingan harganya juga lumayan gitu hehe
- Peneliti : selama ini pesan yang berjalan antara mbak nya dan danvistore seperti apa? Apakah ada pesan-pesan yang merayu atau membujuk buat beli disini?
- Informan 2 : kalo ngerayu atau ngebujuk sih kayanya enggak deh normal-normal aja kok kayak aku nanya soal spesifikasi, harga, terus kalo mau nyicil itu gimana gitu terus direspon. Selebihnya nggak ada soalnya aku juga ngechat ya paling buat mastiin pembayaran dan janji ketemuan gitu aja sih mbak
- Peneliti : bagaimana pengalamannya membeli produk apple pertama di Danvistore?
- Informan 2 : *excited* sih, seneng mungkin nanti seterusnya aku bakal pake iphone terus. Soalnya ini kan *smartphone* yang istilahnya udah lama juga aku pengenin.

- Peneliti : oh gitu, setelah transaksi selesai nih apakah danvistore juga ngajarin dulu gimana cara perawatan dan penggunaan produknya?
- Informan 2 : iya jelas, dikenalin tombol-tombol ini buat apa terus cara pasang lepas sim card kaya gimana abis itu juga bikin apple id gitu-gitu dikasih tau hehe
- Peneliti : menurut mbak, logo danvistore melekat gak dipikiran mbak nantinya kalo semisal mau beli produk apple lagi?
- Informan 2 : maksudnya gimana mbak?
- Peneliti : kaya gini, danvistore ini kan punya logo yang bukan sekedar cuma tulisan namanya aja gitu nah itu berpengaruh gak sama mbaknya, contohnya kaya besok-besok mau beli produk apple lagi atau ganti iphone baru ke danvistore aja karna ingat logonya gitu?
- Informan 2 : yaaa, kayanya inget soalnya kan aku dikasih *goodie bag* yang ada tulisan dan logonya jadi pasti inget sih mana ini juga pembelian pertamaku ganti *handphone* dari android ke iphone
- Peneliti : apakah nanti mbaknya akan menawarkan atau merekomendasikan toko ini ke teman-teman mbak kalo ada yang mau membeli produk apple?
- Informan 2 : selagi harganya masih terjangkau dan masih dibawah harga iBox atau counter sih iya bakal tak promosiin mbak hehehe

Niken Tri Utami (Informan 3 / Konsumen)

Peneliti : sore mbak, namanya siapa?

Informan 3 : niken mbak

Peneliti : beli produk apa di danvistore?

Informan 3 : ini beli macbook air mbak

Peneliti : oh, harganya lebih murah ya dari di toko *offline* nya apple?

Informan 3 : iya mbak, lumayan lebih murah disini

Peneliti : ini pembelian pertama mbak di danvistore atau sebelumnya sudah pernah beli disini juga?

Informan 3 : ini pertama kalinya

Peneliti : oh kalo gitu tau danvistore dari mana?

Informan 3 : awalnya nyari di pencarian instagram pake hashtag *#iphonesurabaya* karna aku mau kalo bisa ketemu sama pembelinya soalnya takut kenapa-napa kalo barangnya dikirim kaya lewat jne, j&t soalnya kan ini barang yang cukup beresiko tinggi kalo dikirim.

Peneliti : terus setelah itu langsung memutuskan untuk beli disini?

Informan 3 : awalnya ragu waktu ngeliat ada highlights yang penipuan itu aku aja mikir-mikir hampir 2 mingguan sambil nanya-nanya mbak heheh tapi pas ngeliat testimony nya banyak terus juga pengiriman nya udah sampe jauh-jauh lokasinya. Terus juga

ternyata temenku pernah beli disini jadi ya minta pendapat dulu jadi nya yaudah beli disini gitu.

Peneliti : oh, berarti percaya karna pendapat dari temen mba yang udah pernah beli, terus testimoni dan *highlights* pengiriman ya?

Informan 3 : iya

Peneliti : setelah itu ada pesan yang mengajarkan tentang cara penggunaan dan perawatan produk?

Informan 3 : iya nih kaya tadi dikasih tau dulu kan harus di charge waktunya berapa lama, terus ada lampu indikator yang nyala kalo udah cukup di *charge*, malah ngegulung kabel *charger* nya aja dikasih tau hehehe.

Lampiran 3. Contoh dari akun yang menerapkan elemen *creativity*.

CONTOH MENERAPKAN ELEMEN *CREATIVITY*



Sumber: Instagram cuancuan.id

Gambar di atas merupakan salah satu contoh dari akun yang menerapkan elemen *creativity* dengan mengunggah foto menggunakan tema Ramadhan. Tema-tema yang diterapkan mampu meningkatkan jumlah pengunjung karena tertarik dengan tampilan halaman instagram yang ditampilkan.

Lampiran 4. Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : Adm Publik, Adm Bisnis, Ilmu Komunikasi, Manajemen Adm Publik, Doktor Ilmu Adm
Gedung F.101 Jl. Semolowangi 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5025082 Psw.159, e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI

Nomor : 196 /K/FISIP/IV/2019
Tanggal : 11 April 2019

N A M A : Rizki Fadila Amini
NBI : 1151501213
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing : 1. Dra. Sri Andayani, MM
2. Afifatur Rohimah, S AB.,M.I.Kom

PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI

Strategi Penyampaian Pesan Digital Marketing Toko Online Danvstore

Perhatian :

1. Kartu Bimbingan ini harus dibawa dan ditunjukkan Dosen Pembimbing Waktu konsultasi
2. Kartu Bimbingan ini harus diserahkan ke Fakultas Pada waktu pendaftaran Ujian Skripsi
3. Kartu Bimbingan ini berlaku sampai Akhir Semester Genap 2019-2020

Dikeluarkan pada Tgl : 11 April 2019
Pekan

Dr. Endro Tjahjono, MM
NPP 20120880138



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAQ) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi: Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm, Doktor Ilmu Adm
Gedung F. 101 Jl. Darmakowati 45 Surabaya (60118)
Telp. (031) 5925002, 5931800 Fax 169 E-mail: info@untaq.sta.ac.id

KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
1	20/1/19	BAB I & II	Revisi	f
2	29/1/19	BAB I & II	Ace	f
3	29/4/2019	Bab I Bab II	Ace Perbaiki semua saran	f
4	02/5/19	BAB III Interview Guide	Revisi	f
5	7/7/2019	Bab III	Revisi Ace	f
6	26/5/2019	BAB III	Ace	f
7	27/5/2019	Bab III	Ace	f
8	25/6/2019	Interview Guide	Ace	f
9	28/6/2019	- " - - "	Ace	f
10	11/7/2019	BAB IV & V	Ace	f
11	12/7/2019	Bab IV & V & DAFTAR	Ace	f

Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal: 12/ 7/ 2019

Dosen Pembimbing I

(Dra. Sri Andyaningrum)

Dosen Pembimbing II

(Affatur. R)

Lampiran 5. Lembar Perintah Revisi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Gedung: F 1.01. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. (031) 5925982 Psw. 159/ E-mail : fisp@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

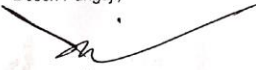
Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : RIZKI FADILA AMINI
N. B. I. : 1151501213
Jurusan : Ilmu Komunikasi

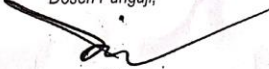
Memerintahkan untuk melakukan REVISI skripsi sebagai berikut :

NO	MATERI	BAB	HLM
1.	Cara penulisan hrs sesuai pedoman penulisan skripsi.		
2.	Kelainan istilah : orng hrs etal ming		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,


WIDIYATMO, EP

Surabaya, 26 Juli 2019
Dosen Penguji,


WIDIYATMO, EP



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Gedung: F 1.01. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. (031) 5925982 Psw. 159/ E-mail : fisp@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI


Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : RIZKI FADILA AMINI
N. B. I. : 1151501213
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan untuk melakukan REVISI skripsi sebagai berikut :

NO	MATERI	BAB	HLM
-	Teknis penulisan ds sampurnakan		
-	Tambahkan rumus		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,


Aca
29/7

Surabaya, 26 Juli 2019
Dosen Penguji,





UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Gedung: F 1.01. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. (031) 5925982 Psw. 159/ E-mail : fisp@untag-sby.ac.id

Memerintahkan untuk melakukan REVISI skripsi sebagai berikut :

NO	MATERI	BAB	HLM
	Perbaiki Saran Sebnai Penguji		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

Surabaya, 26 Juli 2019
Dosen Penguji,

Lampiran 6. Uji Turnitin

PENYAMPAIAN PESAN DIGITAL MARKETING TOKO ONLINE DANVISTORE

ORIGINALITY REPORT

%36 SIMILARITY INDEX	%31 INTERNET SOURCES	%3 PUBLICATIONS	%27 STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	%6
2	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	%5
3	www.scribd.com Internet Source	%2
4	pakarkomunikasi.com Internet Source	%2
5	id.123dok.com Internet Source	%1
6	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	%1
7	publication.petra.ac.id Internet Source	%1
8	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	%1
9	eprints.uny.ac.id Internet Source	%1

10	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	% 1
11	anzdoc.com Internet Source	% 1
12	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<% 1
13	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<% 1
14	docobook.com Internet Source	<% 1
15	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<% 1
16	eprints.umm.ac.id Internet Source	<% 1
17	journal.unair.ac.id Internet Source	<% 1
18	deaprastiwi01.wordpress.com Internet Source	<% 1
19	aang-alfian.blogspot.com Internet Source	<% 1
20	eprints.undip.ac.id Internet Source	<% 1
21	media.neliti.com Internet Source	<% 1
22	www.24berita.com	

	Internet Source	<% 1
23	digilib.unila.ac.id Internet Source	<% 1
24	liana-nuryanti.blogspot.com Internet Source	<% 1
25	www.jurnal.uinsu.ac.id Internet Source	<% 1
26	repository.unhas.ac.id Internet Source	<% 1
27	lib.unnes.ac.id Internet Source	<% 1
28	Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung Student Paper	<% 1
29	satriyaindra46.wordpress.com Internet Source	<% 1
30	atriahningsi.blogspot.com Internet Source	<% 1
31	repository.mercubuana.ac.id Internet Source	<% 1
32	mafiadoc.com Internet Source	<% 1
33	docplayer.info Internet Source	<% 1

34	www.boc.web.id Internet Source	<% 1
35	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<% 1
36	belajarbuatapasaja.blogspot.com Internet Source	<% 1
37	ejournal.bsi.ac.id Internet Source	<% 1
38	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<% 1
39	id.scribd.com Internet Source	<% 1
40	www.seputarmarketing.com Internet Source	<% 1
41	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<% 1
42	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<% 1
43	eprints.ums.ac.id Internet Source	<% 1
44	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<% 1
45	repository.unpas.ac.id Internet Source	<% 1

46	text-id.123dok.com Internet Source	<% 1
47	www.pelajaran.id Internet Source	<% 1
48	Submitted to Universitas Andalas Student Paper	<% 1
49	studentjournal.petra.ac.id Internet Source	<% 1
50	www.tandfonline.com Internet Source	<% 1
51	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<% 1
52	adoc.tips Internet Source	<% 1
53	fr.scribd.com Internet Source	<% 1
54	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	<% 1
55	Submitted to Binus University International Student Paper	<% 1
56	tekno.kompas.com Internet Source	<% 1
57	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<% 1

58	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<% 1
59	andreanwilianto12.blogspot.com Internet Source	<% 1
60	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<% 1
61	a-research.upi.edu Internet Source	<% 1
62	www.merdeka.com Internet Source	<% 1
63	aktual.autobild.co.id Internet Source	<% 1
64	www.plazaobatherbal.com Internet Source	<% 1
65	blog.ub.ac.id Internet Source	<% 1
66	takihumasunj.com Internet Source	<% 1
67	www.zalora.co.id Internet Source	<% 1
68	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<% 1
69	eprints.upnjatim.ac.id Internet Source	<% 1

70	Submitted to Trisakti University Student Paper	<% 1
71	ojs.umsida.ac.id Internet Source	<% 1
72	www.readbag.com Internet Source	<% 1
73	garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	<% 1
74	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<% 1
75	blog-idiot.blogspot.com Internet Source	<% 1
76	daniq-isnaa.blogspot.com Internet Source	<% 1
77	Submitted to Tarumanagara University Student Paper	<% 1
78	www.slideshare.net Internet Source	<% 1
79	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<% 1
80	Afifatur Rohimah, Mohammad Insan Romadhan. "MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF HALAL TOURISM AROUND GUS DUR'S CEMETERY IN JOMBANG", INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication),	<% 1

2019

Publication

81	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<% 1
82	Submitted to University College London Student Paper	<% 1
83	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	<% 1
84	repository.stiesia.ac.id Internet Source	<% 1
85	www.csun.edu Internet Source	<% 1
86	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	<% 1
87	www.pekerjadata.com Internet Source	<% 1
88	Emi Susilawati. "PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA DEALER PUTRA RAMA JAYA HONDA KOTA PONOROGO", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2015 Publication	<% 1
89	Submitted to iGroup Student Paper	<% 1
90	humas.petra.ac.id Internet Source	<% 1

91	Submitted to Universitas International Batam Student Paper	<% 1
92	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<% 1
93	skripsifisip.wordpress.com Internet Source	<% 1
94	kumpulanskripsi.blogspot.com Internet Source	<% 1
95	Submitted to Unika Soegijapranata Student Paper	<% 1
96	rakaa22.blogspot.com Internet Source	<% 1
97	Submitted to Universitas Islam Bandung Student Paper	<% 1
98	eprints.unm.ac.id Internet Source	<% 1
99	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<% 1
100	vdocuments.mx Internet Source	<% 1
101	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<% 1
102	Submitted to Defense University Student Paper	<% 1

103	stiesultanagung.ac.id Internet Source	<% 1
104	thesis.umy.ac.id Internet Source	<% 1
105	johngudil.wordpress.com Internet Source	<% 1
106	amptajurnal.ac.id Internet Source	<% 1
107	www.siapabisnis.com Internet Source	<% 1
108	Submitted to Universitas Jember Student Paper	<% 1
109	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<% 1
110	indonesian.irib.ir Internet Source	<% 1
111	repository.upi.edu Internet Source	<% 1
112	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<% 1
113	www.gomarketingstrategic.com Internet Source	<% 1
114	Submitted to Universitas Negeri Padang Student Paper	<% 1

ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id

115	Internet Source	<% 1
116	kunangsenja.blogspot.com Internet Source	<% 1
117	ojs.unud.ac.id Internet Source	<% 1
118	www.universitas.top Internet Source	<% 1
119	journal.unla.ac.id Internet Source	<% 1
120	Submitted to Udayana University Student Paper	<% 1
121	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<% 1
122	Submitted to Universitas Negeri Makassar Student Paper	<% 1
123	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<% 1
124	Submitted to Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Student Paper	<% 1
125	Wahyu Abdul Jafar. "BPJS Kesehatan Syari'ah (Mengagas Prinsip-Prinsip BPJS Kesehatan Perspektif Saddu Dzari'ah)", <i>Al-ISTINBATH : Jurnal Hukum Islam</i> , 2017 Publication	<% 1

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

