

## LAMPIRAN

Berikut hasil observasi dilapangan yang dilakukan bersama narasumber (ASM, Senior Sales Associate, Sales Associate) pada hari jumat tanggal 9 Juni 2023 dan dilakukan secara tatap muka:



Sumber : Hasil observasi penelitian

Dari foto diatas merupakan proses personal selling terhadap customer



Sumber: Hasil observasi penelitian

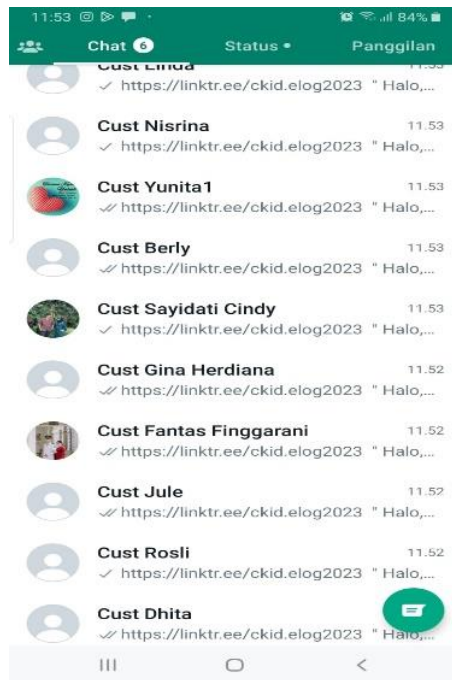
Dari foto diatas menunjukkan proses sales promotion yang dilakukan *sales associate* terhadap customer.



Sumber : Hasil observasi penelitian

Dari foto diatas menunjukkan proses *delivery service* dengan pengecekan stock gudang melalui *sales associate* yang sedang menelpon pihak gudang.

Sumber : Narasumber Ibu Ela selaku *sales associate*  
Dari foto diatas merupakan bukti tangkapan layar dari proses  
Chatshop menggunakan media Whatsapp



Wawancara bersama Ibu Novianti selaku *Area Store Manager*



Wawancara bersama Bapak Jarwanto selaku *Senior Sales Associate*



Wawancara bersama Ibu Ela selaku *sales associate*

## TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Novianti Aditya Muji  
 Jabatan : ASM (Area Store Manager)  
 Umur : 38 Tahun  
 Hari/tanggal : Jumat, 9 Juni 2023  
 Media Wawancara : Buku catatan

1. Bagaimana strategi pemasaran anda kepada konsumen dalam meningkatkan loyalitas konsumen?

Jawab : “Kami menggunakan strategi yang lebih fokus kepada sales associate dengan sumber daya yang telah terlatih dan memiliki skill dalam mempromosikan produk dengan baik dan sesuai dengan ketentuan SOP perusahaan, fokus ke penjualan personal, yang nantinya akan membantu meningkatkan jumlah atau amount toko. Kami menggunakan ”Engaging Customer’s Mind & Heart with BEST attitude“ yang artinya memikat pikiran dan emosi customer melalui sikap (BEST). **BEST** memiliki arti **B** (Bold-Berani, Asertif, Percaya Diri) individu yang assertive berarti tidak membuat orang lain kesal dan berani mengutarakan pendapat serta mendengarkan pendapat orang lain, lalu **E** yaitu ( Expert) atau terampil skill yang harus dimiliki oleh seorang pekerja sales associate, berikutnya **S** yaitu (Sincere) yang berarti tulus, sopan, dan bersahabat dengan customer, terakhir **T** yaitu (Take-Charge) yang artinya bertanggung jawab dalam berbicara dan bertindak. Strategi tersebut yang diberikan kepada seluruh staff dalam membuat customer menjadi loyal. ”

2. Apakah tim anda menggunakan personal selling? Bisa dijelaskan bagaimana personal selling tersebut?

Jawab: “Tim kami menggunakan personal selling dalam mengejar target masing-masing sales associate yang nantinya akan memenuhi target bulanan store Charles & Keith di Pakuwon Mall Surabaya, komunikasi secara langsung antara orang ke orang dimana Salesnya mempromosikan dengan membujuk calon pembeli untuk membeli yang ditawarkan dengan seluruh penjelasan mengenai keunggulan dan kelebihan produk. “

3. Seberapa penting pengetahuan pribadi yang dimiliki oleh tim anda dalam melakukan proses mempresentasikan produk anda?

Jawab: “Skill Public Speaking merupakan skill penting bagi pekerja sales associate ketika seorang tidak memiliki kepercayaan diri dalam

berbicara, maka bagaimana calon customer dapat mengerti dan memahami dengan betul produk yang dijual oleh perusahaan. Oleh karena itu penting berlatih meningkatkan kepercayaan diri dalam berbicara, meningkatkan perasaan tulus, ramah, sehingga mempermudah berkontak secara langsung dengan customer. Kami melayani *customer* dengan dibekali oleh ilmu yang kami pelajari pada waktu masa training, lalu setiap 3 bulan sekali akan selalu di test kembali untuk merefresh pengetahuan pribadi, pengetahuan pribadi seperti menghafal *fashion term, trending colour, trending seasion* dan lain-lain, maksudnya itu biar kami semua dapat lebih dekat dengan customer menggunakan istilah-istilah fashion dapat membuat customer lebih tertarik.”

4. Apakah ada strategi khusus dalam proses penjualan dan promosi yang berbeda dengan merek lain?

Jawab: “Secara keseluruhan kami melakukan strategi ChatShop yang berbeda dengan merek lain, kami benar memiliki website online, namun banyak konsumen yang kurang mengetahui real pict produk atau ingin menggali kebutuhan fashion lebih lanjut, maka dengan adanya ChatShop yaitu melalui whatsapp oleh personal staff sales associate, yang nantinya akan dipandu dalam memberikan pilihan yang sedang dicari atau dibutuhkan oleh konsumen. komunikasi secara langsung antara orang ke orang dimana Salesnya mempromosikan dengan membujuk calon pembeli untuk membeli yang ditawarkan dengan seluruh penjelasan mengenai keunggulan dan kelebihan produk selain itu kami selalu melakukan Chatshop dengan Whatsapp, misalnya seperti Selamat pagi kak Cristy apa kabarnya? Saya Jarwanto staff Charles & Keith Pakuwon Mall, Berikut kami bagikan katalog terbaru minggu ini, mungkin kakaknya berkenan berbelanja, lumayan kak, poin kakak saat ini 40 poin jadi bisa dipotongkan sebesar Rp. 300.000,- apabila butuh bantuan bisa hubungi saya yak kak terimakasih.””

5. Menurut pendapat anda bagaimana cara untuk mempertahankan customer loyal di tim anda?

Jawab: “Tentunya setiap akan ngefloor (*on duty*) kami selalu melakukan briefing dengan tujuan melakukan evaluasi kembali terhadap pekerjaan kemarin serta membandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Dengan briefing dapat merefresh kembali pengetahuan *sales*, hal ini dilakukan agar customer semakin nyaman apabila *sales associate* memiliki wawasan dan pengetahuan fashion terlebih akan lebih mudah dalam berkomunikasi menjalin pendekatan.”

6. Media apa saja yang anda gunakan dengan tim anda untuk melakukan promosi penjualan?  
Jawab: “ Kami menggunakan media whatsapp dan tiktok sebagai platform yang membantu proses promosi penjualan personal, jadi dilakukan oleh masing-masing individu pekerja sales associate sebagai bentuk usaha untuk meningkatkan penjualan, serta menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan customer loyal agar terus membeli produk di kami atau selalu langganan membeli di toko kami.”
7. Menurut anda apakah dengan media promosi anda dapat membuat konsumen menjadi loyal?  
Jawab : “Menurut saya dengan media promosi melalui Chatshop kepada customer yang dilakukan setiap hari, dengan menginformasikan point member yang telah terkumpul serta membagikan catalog mingguan produk terbaru kami dapat membantu customer menjadi customer loyal, sehingga banyak dari kami masing-masing sales associate memiliki customer loyal masing-masing, jadi ketika customer memerlukan barang mereka hanya menghubungi kami secara individu untuk keep produk, ataupun bisa dikirim langsung dirumah (delivery service).”
8. Dari sekian banyak media yang digunakan, media mana yang paling banyak mendapat respon positif oleh customer Charles & Keith di Pakuwon Mall Surabaya?  
Jawab: “Media yang digunakan perusahaan tentunya melalui Website resmi dan juga akun Instagram resmi Charles&Keith, namun yang dapat secara langsung menghubungkan antara sales dan customer yaitu melalui media whatsapp, karena dengan mudahnya membalas respon yang diberikan customer bisa dengan foto atau video barang yang secara langsung di toko dapat memudahkan customer berbelanja dan memenuhi kebutuhan fashion yang sedang dicari.”
9. Apa keunggulan yang dimiliki produk anda daripada competitor lainnya?  
Jawab: “Keunggulan produk kami yaitu menyesuaikan dengan tema-tema setiap season, misalnya saat ini sedang season summer maka model terbaru kebanyakan dikhususkan edisi summer, bisa dari warna yang hangat, atau model rajut, yang tentunya nyaman digunakan di season saat ini.
10. Apakah anda menggunakan *interactive marketing* dalam meningkatkan *brand loyalty* di toko anda?  
Jawab: “Kalau *interactive marketing* kembali lagi bukan ranah kami selaku pekerja lapangan, karena tugas kami dilapangan lebih fleksibel

dan selalu mengikuti arahan yang diberikan oleh pihak perusahaan contohnya SOP perusahaan yang harus di lakukan secara konsisten.

### TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Ela Arnat  
 Jabatan : *Sales Associate* (SA) Reguler  
 Umur : 31 Tahun  
 Hari/tanggal : Jumat, 9 Juni 2023  
 Media Wawancara : Buku catatan

1. Bagaimana strategi pemasaran anda kepada konsumen dalam meningkatkan loyalitas konsumen?

Jawab : “Strategi yang digunakan ya seharusnya wajib mengikuti SOP perusahaan, tinggal tergantung setiap staff SA saja yang mau konsisten atau tidak dalam menjalankan tugas sebagai *sales associate*. Kami menggunakan penjualan secara personal atau individu tergantung dari seberapa besar usaha kami dalam tulus melayani customer.”

2. Bagaimana cara anda dalam mempromosikan produk?

Jawab: “Untuk cara mempresentasikan produk sudah ada SOP-nya sendiri yang biasa kami sebut yaitu standard service (GUESTS) “G” yaitu *Genuine Approach* yaitu salam dan pendekatan, “U” yaitu *Understand & Fulfil Needs* yaitu memahami & memenuhi kebutuhan customer, “E” yaitu *Engage with FAB & UPB* merupakan menginformasikan keunggulan dan keunikan produk, “S” *Selling Ceremony* yaitu melakukan proses penjualan, “T” *Thank & Encourage Return* yaitu terimakasih dan mengundang kembali, “S” yaitu *Service After Sales* yaitu pelayanan setelah penjualan. Selain itu bundling produk yang tepat dalam menggunakan member maka setiap pembelian min Rp. 2000.000,- akan langsung mendapatkan potongan Rp. 150.000,- di pembelian berikutnya. Tujuannya agar customer mendaftar member Charles & Keith sehingga dapat kami follow up melalui ChatShop. Dari situ juga customer baru banyak yang mau membuat member jadi bisa belanja di saya atau staff lainnya dengan jangka waktu yang panjang atau menjadi customer loyal.”

3. Seberapa penting Skill Public Speaking yang dimiliki oleh seorang *sales associate* dalam proses mempromosikan produk anda?

Jawab: “Yang pertama dilakukan tentunya melakukan *greeting customer*, berikutnya melihat *top-down look* beserta memberikan pujian, lalu menanyakan sedang mencari apa, seperti apa, untuk digunakan apa, dll. Jika customer telah menyebutkan segala hal yang diinginkan dan diperlukan selanjutnya kami membawakan rekomendasi produk kepada customer, jika



customer tertarik maka kami tawarkan untuk promo-promo beserta *benefit* lainnya. Jika sudah deal, maka kami wajib menanyakan member Charles&Keith jika belum punya kami bantu untuk buat member karna sudah *free apply* setiap pembelian no minimum. Setelah semua proses dilalui kami ucapkan terima kasih dan mengundang kembali, keseluruhan proses tersebut dilakukan dengan terstruktur dan sistematis, dilakukan secara konsisten terhadap setiap customer yang datang..”

4. Apakah ada strategi khusus dalam proses penjualan dan promosi periklanan yang berbeda dengan merek lain?

Jawab: “Kalau strategi khusus ya Chatshop Whatsapp yang dilakukan setiap hari ke customer, dengan mengirim catalog atau bisa juga menginfokan jumlah point customer yang baru maupun customer loyal, tujuannya ya tetap agar mereka setia ke toko kami.”

5. Menurut pendapat anda bagaimana cara mempertahankan customer loyal?

Jawab: “Kalau saya ya dengan berkomunikasi melalui Whatsapp, diawali dengan misalnya “Halo Kak Fani bagaimana kabarnya?” lalu bisa mengirim produk baru atau produk *limited*, maka dari situ berlanjut percakapan berikutnya, dengan berkomunikasi maka dapat mempermudah proses pendekatan dengan customer.”

6. Media apa saja yang anda gunakan dengan tim anda untuk melakukan promosi penjualan?

Jawab: “Ketika customer sudah setuju untuk membeli maka akan ada proses transaksi, proses ini diawali dengan pengecekan ulang yang dilakukan oleh *in-charge* yaitu dengan menanyakan ulang size, warna, model, dan pengecekan detail produk yang baru, lalu dilanjutkan dengan menanyakan member Charles&Keith jika belum ada ditawarkan dengan menyebutkan benefit member, apabila customer mau maka dilakukan proses pembuatan member dengan memfoto KTP customer serta menanyakan no telfon customer, jika sesuai maka dilakukan proses pembayaran dan pencetakan struk juga menjelaskan masih bisa penukaran selama 30 hari selama produk belum terpakai dan membawa struk bisa ditukar diseluruh toko Charles&Keith tukar model, size, warna. Penutupan dengan mengucapkan (terimakasih silahkan datang kembali).”

7. Menurut anda apakah dengan media promosi anda dapat membuat konsumen menjadi loyal?

Jawab : “Ya kalau segala sesuatu diusahakan dengan konsisten dan selalu tulus dalam menjalankan tugas pastinya customer akan percaya dan akan balik ke toko lagi.”

8. Dari sekian banyak media yang digunakan, media mana yang paling banyak mendapat respon positif oleh customer Charles & Keith di Pakuwon Mall Surabaya?

Jawab: “Pastinnya whatsapp, karena mudahnya mengirim foto atau video jika customer sedang mencari produk yang diinginkan. Atau bisa juga Jastip (jasa titip) yang sering *keep* barang, lalu dikirim pakai *delivery service*. Untuk jastip juga kami masing-masing *sales* memiliki customer loyal sendiri-sendiri, karena penjualan berupa individual dan customer loyal hanya mau dilayani oleh *sales* yang memiliki pendekatan interpersonal dengan masing-masing kami”

### TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Jarwanto  
 Jabatan : *Senior Sales Associate (SSA)* Reguler  
 Umur : 41 Tahun  
 Hari/tanggal : Jumat, 9 Juni 2023  
 Media Wawancara : Buku catatan

1. Bagaimana strategi pemasaran anda kepada konsumen dalam meningkatkan loyalitas konsumen?

Jawab : “Strategi pemasaran saya lebih ke penjualan personal atau lebih ke individu-individu, selain itu promosi-promosi penjualan kami lakukan secara individu tergantung konsisten masing-masing ya. Jadi semakin kita niat berjualan, mempromosikan produk maka customer menjadi loyal dan mau belanja lagi di kita.”

2. Apakah tim anda menggunakan personal selling? Bisa dijelaskan bagaimana personal selling tersebut?

Jawab: “Seperti yang saya jelaskan sebelumnya, benar menggunakan *personal selling* atau penjualan personal, balik lagi karena kita punya target masing-masing setiap *sales associate* yang harus dicapai sendiri-sendiri.”

3. Seberapa penting Skill Public Speaking yang dimiliki oleh tim anda dalam melakukan proses mempresentasikan produk anda?

Jawab: “itu sih skill penting bagi pekerja *sales* lapangan seperti kami. Gimana kita mau jualan kalau kita kesulitan dalam berkomunikasi, kalau itu di perusahaan juga sering mengadakan seminar zoom agar kami semakin mengasah skill komunikasi kami.”

4. Apakah ada strategi komunikasi khusus penjualan dan promosi periklanan yang berbeda dengan merek lain?

Jawab: “Strategi khusus ya ChatShop yang berbeda dengan merek lain, banyak konsumen yang kurang mengetahui real pict produk atau ingin menggali kebutuhan fashion lebih lanjut, maka dengan adanya ChatShop yaitu melalui whatsapp oleh personal staff sales associate, yang nantinya akan dipandu dalam memberikan pilihan yang sedang dicari atau dibutuhkan oleh konsumen.”

5. Bagaimana pendapat anda mengenai customer loyal masing-masing personal staff di toko anda?

Jawab: “Bagi saya sendiri customer loyal merupakan hal yang membuat saya senang, karena dari komunikasi yang saya jalin saya dapat mendapatkan relasi baru, misalnya saya pernah mendapat customer yang sedang diselingkuhi dan selingkuhan suaminya ternyata juga customer loyal teman saya, jadi saya menjalin komunikasi yang baik juga dengan customer saya selaku istri sah, dengan begitu kami saling memiliki kepercayaan, banyak juga teman saya *sales associate* yang memiliki customer loyal masing-masing seperti sedang mencari barang atau model tertentu dan hanya mau disservice oleh (SA) langganannya.”

6. Media apa saja yang anda gunakan dengan tim anda untuk melakukan promosi penjualan?

Jawab: “Saya pakai media whatsapp, tiktok, Instagram pribadi saya sebagai platform yang membantu proses promosi penjualan personal, jadi dilakukan oleh masing-masing individu pekerja.”

7. Menurut anda apakah dengan media promosi anda dapat membuat konsumen menjadi loyal?

Jawab : “Menurut saya sesuai dengan bagaimana kita konsisten dalam bekerja mempromosikan melalui media-media tersebut, tak hanya itu saat bertatap muka langsung juga harus taat SOP perusahaan agar customer baru lebih nyaman dan percaya agar mau kembali lagi dan setia di toko kami. Jadi ketika customer memerlukan barang mereka hanya menghubungi kami secara individu untuk keep produk, ataupun bisa dikirim langsung dirumah (delivery service).”

8. Dari sekian banyak media yang digunakan, media mana yang paling banyak mendapat respon positif oleh customer Charles & Keith di Pakuwon Mall Surabaya?

Jawab: “Media whatsapp, karena banyak customer yang sedang mencari barang pada saat di toko cuman barang tersebut sedang *out of stock* jadi biasanya saya minta nomor whatsapp customer tersebut untuk membantu mencarikan barang tersebut di toko mana, sehingga nantinya bisa dikirim, banyak customer loyal yang sangat menyukai

brand Charles & Keith maka akan tetap mau menunggu barang datang melalui pengiriman luar kota dan menambah biaya pengiriman.”

9. Apa keunggulan yang dimiliki produk anda daripada competitor lainnya?

Jawab: “Keunggulan ya dari model yang trendy, selalu baru setiap minggunya, dan sering kolaborasi contohnya saat ini lagi kolaborasi dengan girlband Korea ITZY dan Han So Hee, kami selalu mensuarakan kepada customer baik secara langsung maupun tidak langsung, agar customer dapat lebih mengetahui produk *Limited Edition* kami. “

10. Apakah anda promosi penjualan dalam meningkatkan *brand loyalty* di toko anda?

Jawab: “Promosi penjualan kami lakukan menggunakan standar SOP perusahaan, tidak lupa harus selalu konsisten dalam menyebutkan keuntungan membership yaitu seperti pemotongan point, atau menyebutkan promo cicilan bunga 0% khusus beberapa *credit card*. Dengan begitu konsumen akan lebih tertarik untuk selalu melakukan pembelian dengan jangka panjang..”

### Lembar Revisi Skripsi

PROGRAM STUDI ILPROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

#### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Adinda Gracea Ruth Prasetyo

NIM : 1151900040

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023


Catatan Perbaikan:

*Sesuai komentar di atas.*

Surabaya, .....

Persetujuan Dosen Penguji *2* Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji *2*

  
( Mohammad Insan/Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom )

  
( Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom )

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Adinda Gracea Ruth Prasetyo

NIM : 1151900040

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- Revisi seperti pembahasan pada waktu sidang

Surabaya, 3 Juli 2023

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,



(  
Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom



(  
Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med.  
Kom

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

---

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Adinda Gracea Ruth Prasetyo

NIM : 1151900040

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

*Revisi Bab IV*

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Surabaya, .....  
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,

  
( Maulana Arief, S. Sos., M. I. Kom )

  
( Maulana Arief, S. Sos., M. I. Kom )



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

Program Studi • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi  
• Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi  
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
Telp 031-5991742, 5931800 psw 159 email fisip@untag-sby.ac.id

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Adinda Gracea Ruth Prasetyo  
NEI 1151900040  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Dosen Pembimbing I Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom.  
Dosen Pembimbing II Drs. Widryatmo Ekoputro, MA

Judul Skripsi:

Strategi Komunikasi Pemasaran PT Kunina Ciptamoda Gemilang Melalui Sales Associate Dalam Meningkatkan Brand Loyalty, Store Charies & Keith Pakuwon Mall Surabaya

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	15/3/23	Perbaiki: Abstrak, Teknik penulisan LBM -		
2	20/3/23	Teori Pendukungnya hrs jels. Kebaruan dr penelitian sebelumnya -		
3	15/3/23	Format diganti ke format skripsi, Perbaiki sumber, penjelasan komunikasi.		
4	20/3/23	Pembahasan tentang brand loyalty dan brand secara general masih kurang		
5	3/4/23	Teori Komunikasi pemasaran wajib di jelaskan di ilkom -		
6	11/4/23	Kerangka pemikiran affr di sederhanakan -		
7	3/5/23	BAB. III logiklas / benerin informan.		
8	3/5/23	- Perbaiki teori IMC - Perbaiki Bab III - Perbaiki font dan spasi		





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

Program Studi ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi  
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi  
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
9.	10/5 <sup>23</sup>	- Kerangka pemikiran lebih di sederhanakan - Teknik penulisan di perbaikan		
10.	11/5 <sup>23</sup>	- Bauran ekonomi ? - Kriteria Informan? - Bab III lanjut		
11.	10/5 <sup>23</sup>	- Perbaiki Landasan Teori - Bab III lanjut		
12.	16/5 <sup>23</sup>	- Sudah di perbaikan (Bauran ekonomi dan Kriteria informan)		
13.	17/5 <sup>23</sup>	- Lanjut Bab IV dan V		
14.	12/6/23	Perbaiki format bab 4		
15.	13/6/23	ACC Bab 4 & 5		
16.	19/6/23	ACC Bab 4 dan 5 (Perbaikan narasi Rekomendasi & Daftar Pustaka)		

Catatan:

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 14-06-2023

Dosen Pembimbing I,

(Bagus Cahyo Shah A.P)

Dosen Pembimbing II,

(Widiyatmo, EP)