

LAMPIRAN

Transkrip wawancara

Wawancara 1

- Peneliti : Malem kak Dhimas Ulfa, Apa kabarnya? Marketing
Ulthyme : Alhamdulillah baik
Peneliti : Perkenalkan kak saya Zalsa dari Untag Surabaya, saya
dapat nomernya Kakak dari kak Dharu, awalnya saya mau
mewancarai kak Dharu ternyata dia sudah resign
jadi saya tanya adakontaknya marketing ulthyme ga
Terus dia kasih kontak kakak
- Marketing Ulthyme : Oh iyaa , Kalau boleh tau jurusan apa dek? Peneliti :
Itu jurusan ilmu komunikasi
Marketing Ulthyme : Oh okee
Peneliti : Menurut kakak itu brand loyalty penting atau ga?
Marketing Ulthyme : Brand Loyalty itu penting karena adanya pengguna yang
loyal menjadikan produk jadi terpercaya di
masyarakat serta membuat para pengguna atau konsumen
tetap setia menggunakan dengan melakukan repeat order
secara berulang tidak ke brand lain
- Peneliti : Baik kak, ada strategi khusus ga untuk membangun brand
loyalty?
- Marketing Ulthyme : strategi khusus yang diterapkan di Ulthyme sendiri yaitu
menjaga kualitas produk kita selain itu juga menjaga
pelayanan kita terhadap konsumen salah satunya dengan
mengup konsumen, jadi setelah konsumen melakukan
pembelian produk kita ga putus aja jadi tetap dimaintance,
seperti ada orang A membeli produk kita tetap memantau
untuk perkembangan dari si A ini selama memakai produk
kita, seperti apakah ada keluhan atau baik – baik saja seperti
itu. Agar tidak beralih ke Brand Lain.
- Peneliti : Oke kak, ini brand loyalty kan ada enam indikator nah
yang pertama ada
Periklanan untuk pertanyaannya Bagaimana metode
periklanan yang digunakan skincare ulthyme dalam
memasarkan produk skincare nya? Serta apa yang

- membuat konsumen tetap loyal terhadap produk skincare ulthyme?
- Marketing Ulthyme : Ada dua adalah secara offline maupun online. Untuk offline sendiri seperti memasang banner atau baliho di tempat strategis yang ada di kota kita selain itu juga dikota kota yang kita memiliki agennya. Untuk yang periklanan secara online kita menggunakan Facebook adss kemudian shopee adds, tiktok adds kaya gitu.
- Peneliti ` : Oke kak selanjutnya untuk pemasaran secara langsung, Bagaimana metode pemasaran langsung yang digunakan skincare Uylthyme dalam memasarkan produk skincarenya?
- Marketing Ulthyme : Kalau secara langsung kita biasanya broadcast pesan melalui whatsapp ke calon custommernya.
- Peneliti : Untuk pemasaran melalui internet, biasanya dimana ulthyme memasarkan produk yang dijual? Lalu alasannya mengapa memilih e-commerce tersebut?
- Marketing Ulthyme : Pemasarannya kita menggunakan ada shopee kemudian web lalu ada Lazada tiktok shop dan Tokopedia, untuk alasannya mengapa memilih market place tersebut karena market place tersebut paling umum digunakan oleh masyarakat sehingga ga menutup kemungkinan untuk semakin mendatangkanbanyak calon pembeli baru di kita.
- Peneliti : Untuk sales promotion bagaimana bentuk promosi penjualan yang dilakukan dalam memasarkan skincare ulthyme? Lalu mengapa memilih promosi penjualan tersebut? Serta Bagaimana cara menyampaikan produk bentuk promosi tersebut agar promosi penjualan dapat tersampaikan kepada masyarakat?
- Marketing Ulthyme : Untuk promosi yang kita lakukan itu melalui Instagram melalui facebook melalui tiktok kemudian pemasaran langsung direct marketing tadi kita juga kadang melakukan endorse ke influencer kemudian personal selling juga. Juga memberitahu kepada konsumen untuk harga dan kualitas produk kalua secaralangsung kemudian sebenarnya juga sama dengan menyampaikan kualitas lalu promo promo itu aja sih
- Peneliti : Untuk public relationnya bagaimana peran humasuntuk

- menciptakan citra produk yang positif kepadamasyarakat?
- Marketing Ulthyme : Kalau peran humasnya itu memperkenalkan kelebihan serta keunggulan dari produk kita dan juga membangkitkan rasa penasaran masyarakat yang melihat iklan kita.
- Peneliti : Pertanyaan yang terakhir ini Bagaimana penjualan personal yang dilakukan skincare ulthyme serta bentuk penjualan personal apa yang dilakukan Serta Mengapa memilih penjualan personal tersebut?
- Marketing Ulthyme : Kalau personal selling kita lakukan itu selama ini dilakukan langsung oleh owner kita sendiri yang terjun langsung ke lapangan untuk mengembangkan bisnisnya dengan cara mencari agen – agen baru di setiap daerah jadi ga Cuma di Nganjuk aja. Kita ada agen di Tuban, Pasuruan, Tulungagung dan daerah di Jawa Tengah jadi semakin luas pemasaran kita begitu. Alasannya melakukan personal selling secara tidak langsung calon agen trust kepada perusahaan karena yang terjun langsung ownernya sendiri bukan salesnya penjualan pun langsung secara besar bukan eceran.
- Peneliti : Terakhir yang membuat konsumen tetap loyal pada Ulthyme itu kaya apa aja kak?
- Marketing Ulthyme : Kalau yang membuat konsumen tetap loyal itu karena kualitas produknya dan pelayanan yang bagus dan alhamdulillahnya customer yang langsung bukan agen tetap menggunakan ulthyme karna ya tadi kita maintenance
- Peneliti : Baik kak jawaban kakaknya sudah cukup untuk menjawab pertanyaan yang saya ajukan, nah terimakasih ya kak sudah mau meluangkan waktunya untuk bisa saya wawancarai karena wawancara ini sangat membantu saya dalam melakukan penelitian skripsi saya, lalu mohon maaf jika ada kata yang kurang berkenan. Makasih kak Dhimas Ulfa
- Marketing Ulthyme : Iya sama – sama

Wawancara 2

- Peneliti : Selamat siang kak, terimakasih sebelumnya sudah menyempatkan waktunya untuk saya wawancarai. Perkenalkan saya Zalsa dari Untag Surabaya. Tujuan saya disini ingin mewawancarai kakaknya mengenai strategi komunikasi marketing Ulthyme untuk penelitian skripsi saya.
- Marketing Ulthyme : Siang, okee dek
- Peneliti : Oh ya maaf sebelumnya saya mendapatkan nomer kakaknya dari kak Dhimas Ulfa karena kakaknya juga bekerja sebagai marketing ulthyme jadi saya sekalian meminta nomer kakak hehehe. Jadi saya bermaksud mewaancarai mengenai strategi komunikasi marketing ulthyme dalam membangun brand loyalty
- Marketing Ulthyme : Oh iya gapapa kok
- Peneliti : Makasih ya kak, langsung untuk pertanyaan pertama, Menurut kakak itu brand loyalty penting atau ga?
- Marketing Ulthyme : mengatakan bahwa Brand Loyalty itu penting karena adanya pengguna yang loyal menjadikan produk menjadikan terpercaya di masyarakat serta membuat para pengguna atau konsumen tetap setia menggunakandengan melakukan repeat order secara berulang.
- Peneliti : Ahh gitu oke oke Apa ada strategi khusus ga untuk membangun brand loyalty?
- Marketing Ulthyme : Strategi khusus yang diterapkan Di Ulthyme tidak lain dengan melihat serta mengecek bagaimana produk layak atau tidak untuk dipasarkan serta juga selalu memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen agar konsumen mau menggunakan produk kita secara berulang. Seperti selalu memantau perkembangan konsumen apakah produk bekerja dengan baik ataupun sebaliknya.

- Peneliti : Baik kak, ini brand loyalty kan ada enam indicator nah yang pertama ada Periklanan untuk pertanyaannya Bagaimana metode periklanan yang digunakan skincare ulthyme dalam memasarkan produk skincare-nya? Serta apa yang membuat konsumen tetap loyal terhadap produk skincare ulthyme?
- Marketing Ulthyme : Periklanan dkita ada offline dan online. Untuk offline sendiri kita memasang banner – banner ditempat yang biasa dijangkau oleh masyarakat juga agar masyarakat tahu kalau ada skincare yang bagus dan berpopm di Nganjuk khususnya. Untuk yang online kita menggunakan facebook adds, shopee adds untuk memperkenalkan produk ke masyarakat kurang lebih seperti itu.
- Peneliti : Selanjutnya untuk pemasaran secara langsung, Bagaimana metode pemasaran langsung yang digunakan skincare Uylthyme dalam memasarkan produk skincare-nya?
- Marketing Ulthyme : Karena kita kontak hubungannya menggunakan whatsapp biasanya ya gitu broadcast pesan saja melalui whatsapp untuk calon konsumen.
- Peneliti : Untuk pemasaran secara langsung, Bagaimana metode pemasaran langsung yang digunakan skincare Uylthyme dalam memasarkan produk skincare-nya?
- Marketing Ulthyme : Dari kita sendiri biasanya menggunakan e-commerce yang umum seperti Tokopedia ada Lazada tiktok shop juga shopee dan juga menggunakan web untuk memudahkan masyarakat menjangkau produk kita karena *e-commerce* yang disebutkan tadi umum dan sering dipakai oleh masyarakat.

- Peneliti : Untuk pemasaran melalui internet, biasanya dimana ulthyme memasarkan produk yang dijual? Lalu alasannya mengapa memilih e-commerce tersebut?
- Marketing Ulthyme : Dari kita sendiri biasanya menggunakan e-commerce yang umum seperti Tokopedia ada Lazada tiktok shop juga shopee dan juga menggunakan web untuk memudahkan masyarakat menjangkau produk kita karena e-commerce yang disebutkan tadi umum dan sering dipakai oleh masyarakat
- Peneliti : Untuk sales promotion bagaimana bentuk promosi penjualan yang dilakukan dalam memasarkan skincare ulthyme? Lalu mengapa memilih promosi penjualan tersebut? Serta Bagaimana cara menyampaikan produk bentuk promosi tersebut agar promosi penjualan dapat tersampaikan kepada masyarakat?
- Marketing Ulthyme : Promosi kita biasa lakukan melalui ya Instagram juga facebook kemudia tiktok dengan memberikan harga promo mengundang influencer juga serta menyampaikan keterangan yang pas dan sesuai kepada konsumen agar konsumen tadi mau untuk membeli brand kita.
- Peneliti : Untuk public relationnya bagaimana peran humas untuk menciptakan citra produk yang positif kepada masyarakat?
- Marketing Ulthyme : Peran humas sendiri pastinya menunjukan kepada masyarakat hal yang positif seperti keunggulan produk ulthyme itu seperti apa agar masyarakat mau untuk mencoba produk kita
- Peneliti : Bagaimana penjualan personal yang dilakukan skincare ulthyme serta bentuk penjualan personal apa yang dilakukan Serta Mengapa memilih penjualan personal tersebut?
- Marketing Ulthyme : Informan kedua sebagai team marketing ulthyme, menurut beliau Personal selling kita dilakukan oleh owner dengan

mencari calon agen – agen yang bersedia di setiap daerah agar juga penjualan kitab bisa cepat naiknya.

Peneliti : Berarti yang membuat konsumen tetap loyal pada Ulthyme itu apa kak?

Marketing Ulthyme : Disini kita mengutamakan kualitas jadi mengapa customer tetap loyal karena kualitas ulthyme selalu kita pertahankan dan juga pelayanan yang ramah itu menjadi alasan customer selalu Kembali ke ulthyme

Wawancara 3

- Peneliti : Selamat pagi kak, perkenalkan saya zalsa mahasiswi untag sby jurusan ilmu komunikasi. maaf kak sebelumnya tujuan saya menghubungi kakaknya untuk melakukan interview sebagai pengguna skincare ulthyme untuk penelitian skripsi saya. Apakah kakaknya bersedia untuk saya interview? Terimakasih
- Pengguna Ulthyme : Siang kak zalsa, iya gapapa kak silahkan
- Peneliti : okee kak, kalo bole tau uda pakai ulthyme berapa lama?
- Pengguna Ulthyme : Umm sekitar 2 tahun an ini sih kak kebetulan cocok jadi awet make terus
- Peneliti : oke” kak terus alasannya kenapa milih ulthyme kak kan banyak tuh skincare sekarang di pasaran?
- Pengguna Ulthyme : Awalnya itu tahu dari tante aku sih kak yg make terus dia keliatan glowing gitu kan aku tanyain pake apa ternyata pake ulthyme terus aku tanya tanya kan katanya bagus gitu dikulit cerah lembab glowing nya juga bagus.. nah aku yg udah bingung kan kak mau pake apa ya buat mukaku biar bagus cerah glowing gitu kan soalnya mukaku kusem gitu kak udah pake macemmacem gaada ngaruhnya akhirnya coba deh ulthyme ini
- Peneliti : oh gitu kak, oke okee terus ini pertanyaan terakhir menurut kakaknya kelebihan sama kekurangan ulthyme ini apaa ajaa?
- Pengguna Ulthyme : sekitar Kalau untuk kelebihan nya pasti dihasil nya ya kak karena alhamdulillah di aku cocok pemakaian 1 bulan lebih muka aku udah lumayan cerah gituberangsur angsur dan lembab glowing nya aku suka sama sering ngadain promo gitu diskon siapa yang gasuka kan kak. kekurangannya hmm... ga ada sih kak mungkin ini aja sih packaging nya mungkin bisa diupgrade yg cream nya itu kan pake wadah kecil gitu agak ribet juga, mungkin

bisa diganti kemasan tube biar gampang dan gak buka banget gitu pas dipake jauh lebih higienis juga kan kadang sering licin trs jatuh" gitu kak gaenak selebihnya udah oke banget kok

Peneliti : okee kakk, saya rasa penjelasan dikakak uda cukup buat jawab pertanyaan saya inii. terimakasih ya kak buat waktunyaaa

Pengguna Ulthyme : Oke kak sama sama semoga membantu ya semangat kak

Peneliti : siap kak terimakasih banyaak yaa

Wawancara 4

- Peneliti : Halo selamat siang kak, saya zalsa dari Untag, tujuan saya menghubungi kakak karena mau mewawancarai kakaknya sebagai pengguna skincare ulthyme. Apakah bersedia untuk saya wawancarai? Juga berhubungan dengan penelitian skripsi saya. Terimakasih
- Pengguna Ulthyme : Oke gapapa banget kak
- Peneliti : Sudah berapa kakak pakai ulthyme?
- Pengguna Ulthyme : Pakai ulthyme baru coba sekitaran 4 bulanan awalnya rekomendasi dari temen karna uda gatau mau pakai apalagi eh ternyata bagus juga ga bikin jerawat nambah
- Peneliti : Lalu Apa alasan kakaknya memakai Uthyme?
- Pengguna Ulthyme : Pakai ulthyme ya karna cocok sih kak awalnya banyak banget bekas jerawatku eh setelah pakai ulthyme ini syukur lah jadi ilang perlahan – lahan bonus glowing juga keliatan kulitku kenyel sehat gitu jadi akhirnya keterusan pakai apalagi ya harganya terjangkau plusnya sering dapat diskon promo mana kualitasnya juga bagus terus bisa ditemukan di banyake-commerce jadi pas aku kerja luar kota juga ga bingung buat belinya.
- Peneliti : Oke kak untuk kekurangan serta kelebihan ulthyme apa saja?
- Pengguna Ulthyme : Kelebihannya yaitu tadi sih menurutku harganya cukup terjangkau sama kantong pelajar kaya aku, mukaku yang awalnya gradakan juga perlahan – lahan membaik berkat ulthyme apalagi pelayanannya juga oke, dokter serta pelayannya sabar banget untuk kasih edukasi ke konsumen kaya aku biar kulitku tetap sehat gini kadang juga dikasih diskon promo kalau aku beli banyak. Kekurangannya mungkin kulitku sendiri badak sih jadi agak lama emang prosesnya tapi setelah telaten pakai terus ternyata hasilnya juga sesuai klaim
- Peneliti : baik kak terimakasih ya jawaban kakaknya sudah menjawab pertanyaan saya tadi

Wawancara 5

Peneliti :Siang, maaf mengganggu waktunya perkenalkan saya Zalsadella mahasiswi Untag Sby, tujuan saya menghubungi kakak untuk mewawancarai mengenai strategi public relation ulthyme untuk penelitian skripsi saya

PR Ulthyme :Siang, iya boleh

Peneliti :Baik kak terimakasih ya sudah mau menyempatkan waktunya untuk saya wawancarai, lalu bagaimana strategi public relation yg dilakukan ulthyme agar bisa mempertahankan citra perusahaan agar ttp baik di masyarakat?

PR Ulthyme :Public relation yg digunakan ulthyme itu ada 3 yg pertama kita melakukan pull strategi seperti menanamkan kepercayaan dengan memberitahukan informasi keunggulan produk kepada masyarakat seperti menjelaskan ingredients pada produk ulthyme yg menggunakan niacinamide karena dipercaya bisa membuat kulit wajah menjadi cerah

Selanjutnya ada Pass strategy yang digunakan oleh public relation ulthyme untuk mempengaruhi masyarakat agar menciptakan opini dan citra positif melalui kegiatan-kegiatan yang bersifat partisipasi event.

Selanjutnya Public relations yang dilakukan Ulthyme menggunakan strategi push karena ingin mempertahankan loyalitas pelanggannya, khususnya pada pembelian produk. Strategi push digunakan untuk mendorong dan merangsang agar mempengaruhi keputusan pembelian produk serta diharapkan tetap menggunakan Ulthyme. Public relation kita sendiri pastinya memaksimalkan perannya untuk membuat program promosi antara Ulthyme dan konsumen. Program promosi seperti adanya potongan harga khusus konsumen baru dan saat konsumen sedang berulang tahun.

Jika ada keluhan dari konsumen peran public relations menggunakan DM pada Instagram Whatsapp ataupun secara langsung sebagai wadah untuk tempat keluhan dan tetap saling berhubungan serta berkomunikasi, tentunya juga untuk mengetahui apa yang dibutuhkan

oleh konsumen. Itu saja sih yang dilakukan oleh PR kita untuk saat ini

Peneliti :Baik kak ini sudah cukup membantu untuk penelitian saya,
Terimakasih banyak ya ka katas waktunya

PR Ulthyme : Siappp semoga bisa membantu yaa

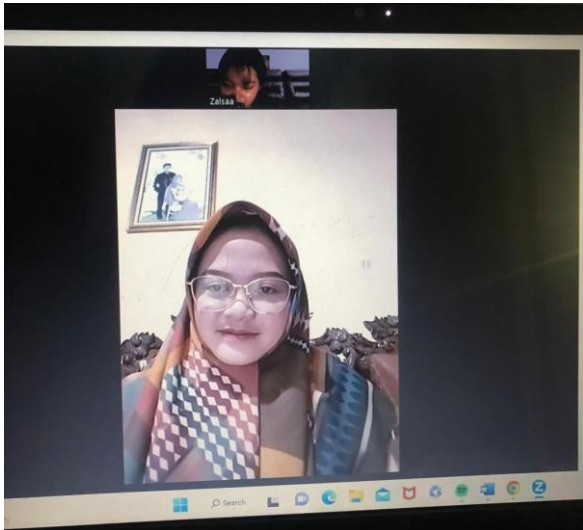
DOKUMENTASI



Gambar 2



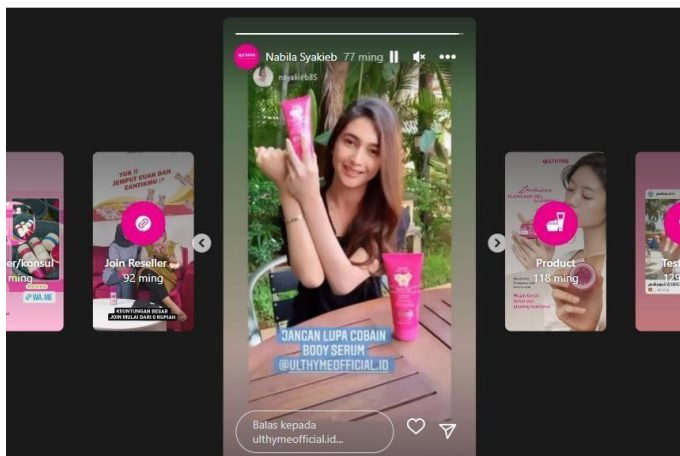
Gambar 3



Gambar 4



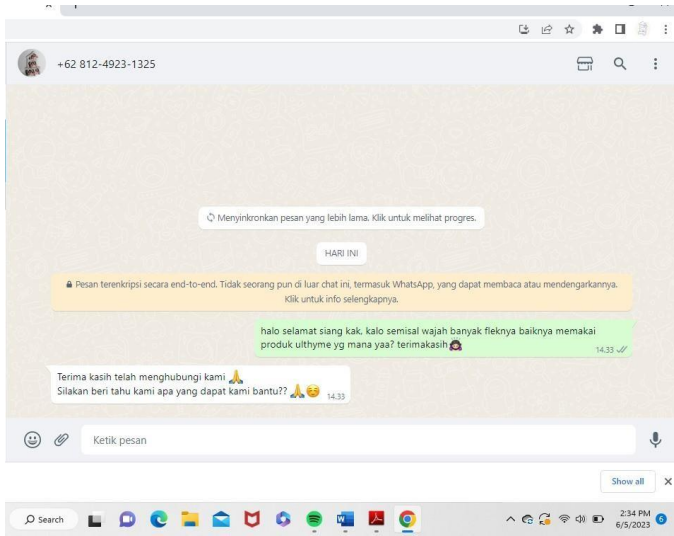
Gambar 5



Gambar 6



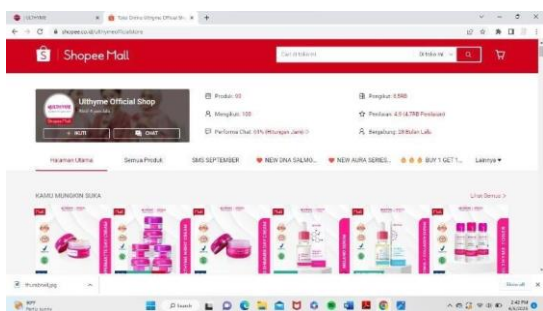
Gambar 7



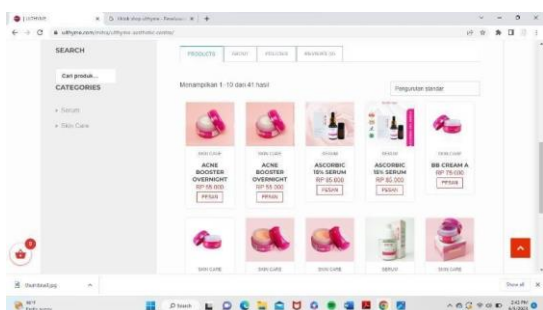
Gambar 8



Gambar 9



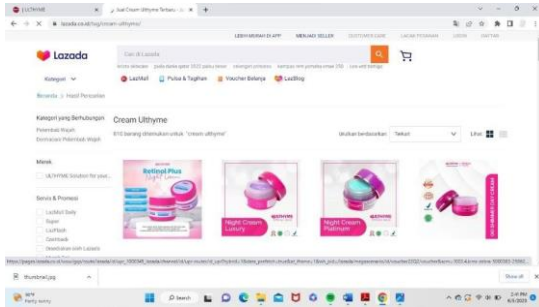
Gambar 10



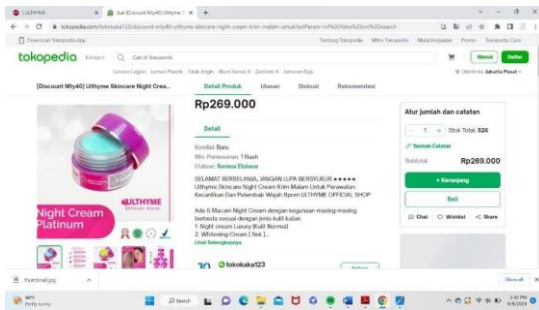
Gambar 11



Gambar 12



Gambar 13



Gambar 14



Gambar 15



Gambar 16

Lampiran Lembar Bimbingan




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 : fakp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Zalsadella Fajarani Primandhira
 NBI : 1151900107
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom
 Dosen Pembimbing II : Drs. Widiyatno Ekoputro, MA
 Judul Skripsi : Integrated Marketing Communication Skincare Ulthyme Untuk Membangun Brand Loyalty pelanggan *Ulthyme*

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	8 Maret 2023	Bab I dan kerangka penelitian.	<i>Danant</i>	
2		Bab I latar belakang	<i>Danant</i>	
3	5 Maret 2023	Bab I mengenai latar belakang masalah.		<i>Danant</i>
4	4 Mei 2023	Bab II tentang metode wawancara, pembuatan list untuk wawancara.		<i>Danant</i>
5	4 Mei 2023	Bab II Landasan teori, Daftar pustaka sidang jurnal komunikasi Untag		<i>Danant</i>
6	4 Mei 2023	Bab I mengenai rumusan masalah.		<i>Danant</i>
7	4 Mei 2023	Bab I teori di line di bagian paragraf, landasan teori, indikator brand loyalty, e-commerce	<i>Danant</i>	
8	6 Mei 2023	Bab II kerangka penelitian. Bab III pembahasan penelitian	<i>Danant</i>	

Downloaded with CamScanner


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 : fisp@untag-sby.ac.id

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
10	16/5/23	ACC Bab I-III dg Catatan	<i>[Signature]</i>	
11	15/5/23	Bab III	<i>[Signature]</i>	
	23/5/23	Bab III, list referensi untuk narasumber	<i>[Signature]</i>	
	7/6/23	Bab IV	<i>[Signature]</i>	
	9/6/23	Bab IV	<i>[Signature]</i>	
	12/6/23	Bab IV, V	<i>[Signature]</i>	
	12/6/23	ACC Bab I - 3		<i>[Signature]</i>
	13/6/23	Perbaikan tulisan typo jika selesai kasa lanjut (2% 4-5) - ACC		<i>[Signature]</i>
	13/6/23	ACC Bab 4-5 → Usian	<i>[Signature]</i>	

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai
 Tanggal: 13-6-23

Dosen Pembimbing I,
[Signature]
 Bonus Cahyo Shah A.P.

Dosen Pembimbing II,
[Signature]
 Widiyatus, EB

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran Lembar Revisi

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama :Zalsadella Fajarani Primandhira

NIM :1151900107

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

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama :Zalsadella Fajarani Primandhira

NIM :1151900107

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- UGU juga bisa diganti
- busan dan ujian harus sejalan

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

()
Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si

()
Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama :Zalsadella Fajarani Primandhira

NIM :1151900107

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

Amus Jurnal di perbaiki
= IME kenapa bnyk. shopel ?

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

(Signature)
(Dr. Teguh Priyo Sadono, Msi)

(Signature)
(Dr. Teguh Priyo Sadono, Msi)

Lampiran Turnitin Jurnal

1151900107_Zalsadella_FP_Jurnal.docx			
ORIGINALITY REPORT			
19%	16%	4%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	media.neliti.com Internet Source		2%
2	jurnal.utu.ac.id Internet Source		2%
3	dindadwiramadhani.blog.unesa.ac.id Internet Source		2%
4	journal.univpancasila.ac.id Internet Source		1%
5	Submitted to General Sir John Kotelawala Defence University Student Paper		1%
6	Submitted to STIE Kesatuan Bogor Student Paper		1%
7	repository.unisma.ac.id Internet Source		1%
8	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper		1%
9	ojs.stieamkop.ac.id Internet Source		1%
10	jurnal.unmer.ac.id Internet Source		1%
11	www.assignmenthelpsite.com.au Internet Source		1%
12	Helen Olivia. "STRATEGI MARKETING HOTEL ROYAL KUNINGAN JAKARTA PADA MASA COVID-19", J-IKA, 2021 Publication		1%
13	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper		1%
14	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper		<1%