

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

A. Sejarah dan visi misi Hyperival Store

1. Bagaimana sejarah awal berdirinya Hyperival store?
2. Apa saja visi dan misi yang dimiliki Hyperival store?
3. Apa saja keunggulan yang dimiliki oleh Hyperival store dibandingkan dengan pesaing lainnya?

B. Pertanyaan ini mewakili dari Bauran Pemasaran seperti Product, Price, Place, Promotion melalui media sosial Instagram

1. Bagaimana Hyperival Store memberikan ciri khas pada produk? (Product)
2. Bagaimana cara anda menetapkan harga produk? (Price)
3. Apakah lokasi Hyperival store saat ini dapat dengan mudah ditemukan oleh konsumen? (Place)
4. Bagaimana anda menyusun strategi promosi di Instagram? (Promotion)

C. Pertanyaan ini mewakili dari Bauran Promosi seperti Advertising, Sales Promotion, Direct Marketing, Public Relation, Personal Selling melalui media sosial Instagram

1. Bagaimana strategi anda menyusun atau membuat iklan di Instagram? (Advertising)
2. Apakah anda memberikan sebuah penawaran kepada konsumen agar bisa menarik minatnya, seperti memberikan kupon dengan minimal pembelian tertentu? (Sales Promotion)
3. Selain melalui Instagram apakah anda juga melakukan pemasaran secara langsung, seperti membuat boot atau event? (Direct Marketing)
4. Bagaimana cara anda menjaga hubungan baik dengan para konsumen yang sudah sering melakukan pembelian di Hyperival Store? (Public Relation)
5. Apakah anda melakukan personal selling melalui Instagram? Jika iya bagaimana cara dan strateginya (Personal Selling)

D. Pertanyaan ini mewakili konsep AIDA seperti Attention, Interest, Desire, Action melalui media sosial Instagram dalam membangun Brand Image

1. Mengapa memilih media sosial Instagram sebagai media promosi?
2. Bagaimana strategi anda dalam menarik minat konsumen untuk berkunjung ke Hyperival Store ini?
3. Bagaimana anda membangun sebuah ketertarikan dari produk Hyperival Store?
4. Bagaimana cara anda menarik konsumen melalui Instagram?

5. Apakah Hyperival store khususnya anda sebagai owner memiliki target atau sasaran yang ingin dituju? Contoh siapa target tersebut
6. Apakah fitur di Instagram anda gunakan semua dalam melakukan promosi produk?
7. Bagaimana cara anda memperkenalkan produk Hyperival store ini dan mempromosikan melalui Instagram untuk menarik perhatian para calon konsumen khususnya dalam membangun citra merek ini?
8. Upaya apa yang anda lakukan untuk memperkenalkan produk Hyperival store melalui media sosial seperti Instagram dan juga melalui offline store saat ini?
9. Pada saat akun Hyperival store mengunggah konten di instagram apakah mempunyai jadwal yang terstruktur? Jika iya apa tujuannya

E. Pertanyaan ini untuk konsumen dan pengikut akun Instagram Hyperival Store

1. Apakah ciri khas di hyperival store seperti sepatu sneakers atau streetwear sudah termasuk bagus di kalangan anak muda sekarang?
2. Lalu untuk harga produk Hyperival Store yang diberikan kepada konsumen sudah terjangkau atau cukup untuk kualitas produknya?
3. Apakah benar lokasi Hyperival Store saat ini sangat mudah ditemukan?
4. Apakah benar Hyperival Store melakukan promosi melalui Instagram contohnya seperti fitur story, feed, reels?
5. Bagaimana dengan iklan yang diberikan oleh Hyperival Store seperti melalui online shop sudah mencukupi?
6. Apakah benar setiap konsumen yang datang untuk membeli produk apapun akan diberikan voucher 100 ribu?
7. Bagaimana pelayanan Hyperival Store ketika mengikuti event seperti di mall atau bahkan bazaar di Surabaya?
8. Apakah benar setelah konsumen membeli produk Hyperival Store akan dimintai data seperti no hp dan akun Instagram?
9. Menurut anda personal selling yang dilakukan oleh Hyperival store sudah terbilang cukup baik?

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Nama Informan : Rivaldy Rizky Fahmy (Owner Hyperival Store)
: Agus Setiawan (Content Creator dan admin sosial media Instagram Hyperival Store)
: Nayla Andini Putri (Konsumen dan pengikut akun Instagram Hyperival Store)

Waktu Wawancara : 8 Juni 2023
Lokasi Penelitian : Hyperival Store

HASIL WAWANCARA

A. Sejarah dan visi misi Hyperival Store

Peneliti : Bagaimana sejarah awal berdirinya Hyperival store?
Informan : “Sejarahanya berdirinya Hyperival Store yaitu pertama kali hanya sebuah hobi dan juga mengkoleksi sepatu milik sendiri, berjalannya waktu kita sudah mengenal dan juga transaksi bersama konsumen. Kalau dulu kita hanya melakukan dari sosial media saja, kemudian mulai membuka store pada 16 Februari 2019 di Jalan Bawean Ngagel kota Surabaya. Sedangkan strategi pemasaran yang kita gunakan untuk memperkenalkan produk sneakers ke kalangan anak muda seperti melalui periklanan media online, promosi penjualan, menjalin hubungan baik dengan konsumen atau calon konsumen yang akan membeli produk di Hyperival Store ini, dan juga melakukan penjualan personal”

Peneliti : Apa saja visi dan misi yang dimiliki Hyperival store?
Informan : “Visi Hyperival Store itu sneakers kebanggaan anak milenial, untuk misinya ada 3 yaitu, pertama mengenalkan culture sneakers dan streetwear kepada kalangan anak muda di Indonesia, memberikan pelayanan terbaik untuk semua konsumen, mengenalkan produk lokal yang berkualitas dan bagus”.

Peneliti : Apa saja keunggulan yang dimiliki oleh Hyperival store dibandingkan dengan pesaing lainnya?
Informan : “Keunggulan kita dari produk stok yang berbeda terus dengan harga yang lebih terjangkau, kita juga bisa

melayani request dari konsumen yaitu pre order. Jadi ketika konsumen mau minta barang apa kita usahakan untuk cari”.

B. Pertanyaan ini mewakili dari Bauran Pemasaran seperti Product, Price, Place, Promotion melalui media sosial Instagram

Peneliti : Bagaimana Hyperival Store memberikan ciri khas pada produk?

Informan 1 : “Untuk ciri khasnya seperti streetwear dan sepatu lokal, karena kita memang ingin fokus menunjukkan ke konsumen di Hyperival Store ini memiliki produk yang unik dan berbeda dengan pesaing lainnya, jadi meskipun ada produk lokal itu tidak membuat kita gengsi malah akan menunjukkan ke calon konsumen yang belum mengetahuinya”.

Informan 2 : “Kalau semisal kita menjual dalam packingan lalu menggunakan box pribadi kita yang bertuliskan Hyperival Store, ditambahkan stiker juga untuk lebih mengenalkan ke konsumen. Rata-rata konsumen lebih mengenal Hyperival Store ke arah produk Nike dan Air Jordan”.

Peneliti : Bagaimana cara anda menetapkan harga produk?

Informan 1 : “Kalau untuk harga kita akan lihat bagaimana barangnya juga, contoh sepatu yang sangat langka belum tentu semua orang punya jadi kita akan tetapkan harganya tinggi. Tapi untuk barang yang regulernya kita akan tetapkan harganya 30% keatas dari harga modal atau bahkan bisa harganya menurun sesuai barangnya juga”.

Informan 2 : “Kalau soal harga sih itu juga tergantung konsumen dengan penjual, ketika ada konsumen yang ingin mencari sepatu merk adidas yang lagi rame dan itu sudah jelas pasti akan mahal, nah Hyperival biasanya menjual dibawah yang ditawarkan oleh pesaing lainnya. Maka dari itu Hyperival Store ini bisa bersaing dengan pesaing lainnya karena memiliki perbedaan dari segi harga”.

Peneliti : Apakah lokasi Hyperival store saat ini dapat dengan mudah ditemukan oleh konsumen?

Informan 1 : “Sekarang sih kita kan sudah mudah untuk kemana saja jika memang tidak tau jalannya yaitu pake google maps, kalau orang atau konsumen yang ingin datang kesini ya kita saranin buka profil akun Instagram Hyperival Store saja di

- bio sudah tertera lengkap seperti lokasinya juga, jadi aman-aman saja untuk lokasi”.
- Informan 2 : “Jika konsumen yang masih bingung lokasi Hyperival Store ada dimana, cukup buka akun Instagram Hyperival Store di bio sudah tertera lokasinya dan tinggal klik saja”.
- Peneliti : Bagaimana anda menyusun strategi promosi di Instagram?
- Informan 1 : “Jadi biasanya kita menyusun strategi promosi melalui Instagram menggunakan story, feed dan fitur lainnya. Tetapi kebanyakan promo kita lebih fokus ke story saja, karena kalau story akan lebih mudah dilihat oleh pengikut dan akan langsung mengetahuinya jika lewat melalui storynya”.
- Informan 2 : “Di Instagram kita biasanya melakukan pancingan seperti dengan harga yang sedang diskon seperti pada saat kita mengikuti event USS di mall Tunjungan Plaza. Pertama kita membuat story lalu menaikkan harga dulu kisaran ratusan ribu lalu kita jadikan diskon, disini konsumen sudah pasti akan tertarik untuk bertanya-tanya mengenai produk tersebut”.

C. Pertanyaan ini mewakili dari Bauran Promosi seperti Advertising, Sales Promotion, Direct Marketing, Public Relation, Personal Selling melalui media sosial Instagram

- Peneliti : Bagaimana strategi anda menyusun atau membuat iklan di Instagram?
- Informan 1 : “Untuk Hyperival Store sendiri tidak hanya memiliki Instagram sebagai media periklanan tapi ada juga Facebook, terus marketplace juga seperti shopee dan tokopedia mengenai periklanan yang dilakukan selama ini. Jadi kita tidak hanya berfokus ke media sosial Instagram saja tetapi ingin menjelajah lebih jauh lagi bagaimana sih konsumen kita dapat mengenal Hyperival Store ini lebih luas lagi, maka dari itu saya lebih suka memasang iklan ke media massa lainnya juga”.
- Informan 2 : “Membuat iklan biasanya dari story Instagram sama feed, klo feed sendiri biasanya kita posting mengenai produk yang memang lagi rame dibicarakan oleh konsumen. Disini kita membuat iklan dengan harga termurah untuk menarik perhatian konsumen, ternyata benar konsumen tertarik lalu

- mengklik profil akun Hyperival Store ini kemudian menyukai postingan tersebut”.
- Peneliti : Apakah anda memberikan sebuah penawaran kepada konsumen agar bisa menarik minatnya, seperti memberikan kupon dengan minimal pembelian tertentu?
- Informan 1 : “Jadi sistem kita itu setiap ada konsumen yang datang ke toko dengan membeli apapun produknya akan kita kasih voucher serratus ribu untuk pembelian kapan saja tanpa adanya batas kadaluarsa, tapi dengan syarat harus memfollow akun sosial media Instagram kita yaitu Hyperival Store. Jika konsumen membeli dua atau tiga barang akan mendapatkan bonus juga seperti kaos kaki atau korek api”.
- Informan 2 : “Untuk hal tersebut pastinya kita memberikan kupon sebesar seratus ribu, beberapa konsumen kita kembali lagi ke store setelah barang yang mereka inginkan. Kupon tersebut bisa digunakan melalui pembelajaran online atau offline untuk mendapatkan potongan harga cukup dengan tunjukkan saja mereka mendapatkan pada saat apa.”
- Peneliti : Selain melalui Instagram apakah anda juga melakukan pemasaran secara langsung, seperti membuat boot atau event?
- Informan 1 : “Kita sering kali mengikuti bazaar dan juga event di mall Surabaya gitu, tapi eventnya juga kita lakukan di luar kota seperti Jakarta. Setahun sekali kita mengadakan event di mall Tunjungan Plaza Surabaya selama tiga hari dan itu kita berikan diskon besar-besaran seperti lima puluh persen dari harga normal di toko biasanya”.
- Informan 2 : “Ada beberapa event yang sudah kita ikuti seperti di tahun 2023 ini USS Sneakers dan Downtown Surabaya. Tahun sebelumnya juga ada di mall yang sama yaitu di Tunjungan Plaza. Kita juga melakukan event di luar kota seperti acara sneakers peak di kemang village Jakarta selatan selama empat kali kita mengikutinya, dan masih banyak lagi yang kita ikuti acara di Kota Jakarta”.
- Peneliti : Bagaimana cara anda menjaga hubungan baik dengan para konsumen yang sudah sering melakukan pembelian di Hyperival Store?
- Informan 1 : “Ketika konsumen sudah membeli produk di Hyperival Store ini, kita biasanya meminta ijin untuk mendata seperti

nomer telfon, akun Instagram. Jadi kenapa kita meminta data pribadi konsumen karena untuk memberikan informasi mengenai promo-promo yang sedang berlaku, lalu kita akan menghubungi konsumen untuk menawarkan promo”.

Informan 2 : “Cara menjaga hubungan baik dengan konsumen itu ketika kita ada sepatu sneakers baru dan melakukan broadcast kepada konsumen sebelumnya, baik melalui direct message Instagram atau melalui Whatsapp dan online shop lainnya juga. Gunanya untuk memberikan informasi terbaru mengenai sepatu sneakers yang memang belum banyak orang mengetahuinya”.

Peneliti : Apakah anda melakukan personal selling melalui Instagram? Jika iya bagaimana cara dan strateginya

Informan 1 : “Untuk penjualan personal sendiri saya tidak melakukannya karena Hyperival Store memiliki dua akun Instagram, yang pertama khusus store yang memang menjual barang-barang baru dan kedua hanya untuk barang bekas seperti konsumen yang menitipkan barangnya untuk dijual itu di akun Instagram @hyperival_consignment”.

Informan 2 : “Kalau untuk personal selling hanya menawarkan kepada teman-teman terdekat, dimana mereka sebelumnya bertanya sneakers yang diinginkan. Contohnya ketika ada teman yang ingin mempunyai sepatu limited edition, disini saya sendiri akan berusaha mencarinya dan jika sudah saya dapatkan langsung saya kabari secara personal chat lalu deal dengan harga yang sudah ditentukan”.

D. Pertanyaan ini mewakili konsep AIDA seperti Attention, Interest, Desire, Action melalui media sosial Instagram dalam membangun Brand Image

Peneliti : Mengapa memilih media sosial Instagram sebagai media promosi?

Informan 1 : “Karena sekarang seperti media sosial Instagram lebih rame penggunanya dan pasti semua orang juga sudah menggunakan aplikasi Instagram di jaman sekarang. Terlebih lagi sudah sangat berkembang dan penggunanya bisa mencari kepentingan yang dibutuhkan seperti informasi mengenai yang lagi trending, informasi mengenai barang-barang seperti produk atau bahkan mencari akun yang ingin dibutuhkan, semua bisa ditemukan di aplikasi Instagram sesuai kebutuhan masing-masing”.

- Informan 2 : “Kembali lagi sekarang saat ini era digital sudah semakin canggih seperti semua informasi sudah bisa diakses melalui media sosial Instagram, apalagi jaman sekarang semua orang sudah punya sosial media dan tidak serumit media sosial lainnya. Terutama fitur story yang paling unggul di Instagram dan menjadikan aplikasi terbesar yang digunakan oleh semua orang”.
- Peneliti : Bagaimana strategi anda dalam menarik minat konsumen untuk berkunjung ke Hyperival Store ini?
- Informan 1 : “Seperti yang sudah saya jelaskan di awal melalui story atau feed yang kita upload, bagaimana cara kita menarik minat konsumen untuk berkunjung ke store yang melihat atau membeli produk kita. Lalu jika kita mempunyai produk baru akan di informasikan melalui akun Hyperival Store dan konsumen akan tertarik untuk mendatangi store kita”.
- Informan 2 : “Kalau dari segi online kita sering menggunakan promosi sih seperti iklan di Instagram, tokopedia, shopee. Dari situ pasti toko kita akan power marchant di salah satu e-commers tersebut, lalu akan direkomendasikan toko kita teratas. Untuk segi offline kita memberikan diskon atau buy sepatu sneakers dapat kaos kaki, korek api, sedangkan untuk event kita akan berikan potongan harga kisaran 50%”.
- Peneliti : Bagaimana anda membangun sebuah ketertarikan dari produk Hyperival Store?
- Informan 1 : “Untuk konsumen yang memang berniat atau ingin membeli produk kita ya itu tergantung dari mereka sendiri, mungkin setelah melihat postingan feed kita atau story mengenai produk yang sedang dipromosikan. Kita juga tidak lupa untuk memposting testimoni yang sudah membeli produk seperti sepatu atau pakian lalu kita tunjukkan kepuasan konsumen melalui story, tujuannya adalah menghindari penipuan yang sering kita ketahui bagaimana jahatnya orang-orang yang mungkin ingin menjatuhkan bisnis kita. Jadi kepercayaan konsumen menurut saya sangatlah penting untuk kita jaga dan berusaha memberikan pelayanan terbaik dari Hyperival Store”.

- Informan 2 : “Itu semua dari keinginan konsumen produk apa yang dicari seperti sepatu sneakers dan aksesoris lainnya. Seperti sepatu yang lagi diminati sama konsumen lainnya, nah dari situ langsung kita supply sepatu tersebut dari toko dan beberapa konsumen ada yang langsung datang atau melihat akun sosial media Hyperival Store”.
- Peneliti : Bagaimana cara anda menarik konsumen melalui Instagram?
- Informan 1 : “Kita akan lebih banyak sering berinteraksi dengan followers seperti memberikan informasi mengenai produk apa saja yang terbaru dan potongan harga dari beberapa produk, supaya bisa membangun kedekatan antara penjual ke pembeli, maka dari itu konsumen akan penasaran dengan produk yang kita miliki dan datang ke toko atau melihat di akun sosial media Hyperival Store”.
- Informan 2 : “Untuk Instagram sendiri kita lebih fokus ke story dan feed, tapi untuk followers yang bertanya melalui reply dan tidak terbaca atau belum sempat dibalas maka kita akan mengupload story lagi selanjutnya. Kebanyakan konsumen lebih penasaran dengan produk yang lagi rame dibahas”.
- Peneliti : Apakah Hyperival store khususnya anda sebagai owner memiliki target atau sasaran yang ingin dituju? Contoh siapa target tersebut
- Informan 1 : “Kalau untuk target biasanya dari umur 15-40 Tahun kisaran segitu, untuk gendernya juga bebas maupun cewek yang make sepatu sneakers tetap sama kerennya. Jadi kalangan semua orang bisa menggunakan sepatu sneakers, ya itu hal yang umum tetapi tidak semua orang masih punya sepatu sneakers, beberapa ada yang masih menabung dan bingung membeli atau tidak”.
- Informan 2 : “Target pasar kita mulai dari anak SMP, SMA, dan remaja bahkan orang tua yang memang suka dengan sepatu sneakers atau sport bisa saja masih cocok dan tidak kalah keren dengan anak muda jaman sekarang”.
- Peneliti : Apakah fitur di Instagram anda gunakan semua dalam melakukan promosi produk?
- Informan 1 : “iya sih tapi kalau untuk live kita masih jarang menggunakan jadi hanya bisa melihat beberapa orang yang berkunjung, kita lebih fokus ke story, feed, reels, highlight. Tapi semua fitur Instagram masih sangat sering kita

- gunakan agar konsumen sering melihat aktivitas Hyperival Store”.
- Informan 2 : “Hampir semuanya sudah kita pakai tapi ya itu tadi kita lebih fokus fitur yang paling menonjol di Instagram dan sering digunakan banyak orang seperti story dan feed saat ini”.
- Peneliti : Bagaimana cara anda memperkenalkan produk Hyperival store ini dan mempromosikan melalui Instagram untuk menarik perhatian para calon konsumen khususnya dalam membangun citra merek ini?
- Informan 1 : “Pertama kali saya ingin membuka store di Bawean, Ngagel kita ingin dikenal dengan brand sepatu yang memiliki keunikan dan produk terbaik bagi para pesaing lainnya, karena tujuan target kita yaitu untuk kalangan atas dan juga menengah jadi bisa menentukan mau yang harga paling mahal atau terjangkau untuk kantong anak muda saat ini. Lalu ketika saya membuka store lagi di tengah-tengah kota tepatnya Taman Apsari yang memang selalu rame dengan anak-anak muda pada saat nongkrong, dan disini saya mempunyai peluang besar pasti Hyperival Store nanti bakalan rame kedepannya”.
- Informan 2 : “Kalau untuk produk yang membangun citra merek ini biasanya kita lihat dulu selebgram siapa saja yang memakai sneakers tersebut, seperti contohnya boy group kpop salah satu anggotanya menggunakan sepatu sneaker yang baru saja rilis, disini kita melihat peluang bagus untuk kita manfaatkan dengan cara memfoto sepatu tersebut dan menambahkan foto salah satu anggota juga untuk di posting melalui story dan feed, maka dari itu akan banyak calon konsumen dan followers penasaran. Dari sini kita bisa mengerti bagaimana cara membangun citra merek Hyperival Store”.
- Peneliti : Upaya apa yang anda lakukan untuk memperkenalkan produk Hyperival Store melalui media sosial seperti Instagram dan juga melalui offline store saat ini?
- Informan 1 : “Kurang lebih seperti jawaban sebelumnya yaitu membuat iklan agar konsumen tertarik dengan kita, melalui event juga kita sering memberikan kartu nama dan meminta konsumen memfollow akun Hyperival Store untuk info lebih lanjut seputar produk dan harga”.

- Informan 2 : “Sekarang kita lagi fokus untuk keduanya, dimana kita tidak hanya menjual sepatu melainkan juga menjual kaos, jaket, dan beberapa aksesoris lainnya”.
- Peneliti : Pada saat akun Hyperival store mengunggah konten di instagram apakah mempunyai jadwal yang terstruktur? Jika iya apa tujuannya
- Informan 1 : “Tentu ada jadwalnya, jadi waktu kita mau bikin story itu kira-kira satu atau dua jam sebelum toko buka untuk menginformasikan ke followers akan mulai buka jam 12 siang sampai jam 10 malam”.
- Informan 2 : “Seperti yang dijawab mas Rivaldy, tapi saya jelaskan tujuannya yaitu untuk memantau jam dimana konsumen dan followers melihat akun Hyperival Store setelah membuat story, dan kita juga setelah memposting feed atau story berapa banyak pengunjung hari ini misalnya, untuk mengetahui berapa banyak orang yang aktif di medial sosial Instagram terlebih lagi malam hari”.

E. Pertanyaan ini untuk konsumen dan pengikut akun Instagram Hyperival Store

- Peneliti : Apakah ciri khas di hyperival store seperti sepatu sneakers atau streetwear sudah termasuk bagus di kalangan anak muda sekarang?
- Informan : “Menurut saya sudah terbilang bagus bahkan terbaik, karena mereka memberikan ciri khas produk yang berbeda dengan pesaing lainnya, contohnya dari kardus sepatu tetapi tidak diberikan bonus apa-apa, berbeda dengan Hyperival Store mereka memberikan stiker atau aksesoris lainnya”.
- Peneliti : Lalu untuk harga produk Hyperival Store yang diberikan kepada konsumen sudah terjangkau atau cukup untuk kualitas produknya?
- Informan : “Tidak diragukan lagi jika membahas harga produk di Hyperival Store, mereka benar-bener mau rugi demi kepuasan konsumen tetapi dengan kualitas yang terbaik bagi produk yang mereka jual”.
- Peneliti : Apakah benar lokasi Hyperival Store saat ini sangat mudah ditemukan?
- Informan : “Iya untuk lokasi sudah sangat mudah sekali untuk ditemukan, mungkin bagi calon konsumen masih kesulitan

tetapi cukup di ingat saja lokasinya dekat dengan Balai Kota”.

- Peneliti : Apakah benar Hyperival Store melakukan promosi melalui Instagram contohnya seperti fitur story, feed, reels?
- Informan : “Hyperival Store ini sudah sangat sering melakukan promosi melalui story Instagram, tidak hanya Instagram tetapi juga pernah melalui feed, reels, bahkan live”.
- Peneliti : Bagaimana dengan iklan yang diberikan oleh Hyperival Store seperti melalui online shop sudah mencukupi?
- Informan : “Untuk iklan Hyperival Store sendiri sudah terbilang mencukupi, seperti yang hampir mereka lakukan setiap hari dengan menginformasikan produk dengan diskon besar-besaran”
- Peneliti : Apakah benar setiap konsumen yang datang untuk membeli produk apapun akan diberikan voucher 100 ribu?
- Informan : “Iya benar Hyperival Store memberikan kupon sebesar seratus ribu bagi konsumen yang sudah membeli produknya seperti di online shop, offline store dan event yang mereka lakukan. Saya mendapatkan bonus kaos kaki dan masih banyak aksesoris lainnya”.
- Peneliti : Bagaimana pelayanan Hyperival Store ketika mengikuti event seperti di mall atau bahkan bazaar di Surabaya?
- Informan : “Pada saat saya mendatangi event Hyperival Store yang berada di mall Tunjungan Plaza tahun lalu, banyak sekali produk sepatu mereka yang harganya terbilang jauh ketika di store, dan itu yang membuat booth mereka menjadi ramai konsumen. Melalui pelayanan mereka yang sangat cepat meskipun hanya menjaga sendiri tetapi tetap bisa mengatasi banyaknya konsumen yang terus berdatangan untuk memborong produk Hyperival Store ini”.
- Peneliti : Apakah benar setelah konsumen membeli produk Hyperival Store akan dimintai data seperti no hp dan akun Instagram?
- Informan : “Iya benar mereka meminta data seperti nomor telepon dan juga akun Instagram kita untuk mendapatkan kode promo melalui personal chat”.
- Peneliti : Menurut anda personal selling yang dilakukan oleh Hyperival store sudah terbilang cukup baik?
- Informan : “Menurut saya sudah cukup bagus, karena mereka masih mau untuk mengantarkan barangnya kerumah konsumen”.

Lampiran 3 Foto Wawancara dengan informan



Gambar 1. Foto dengan Rivaldy dan Agus (24 dan 22 Tahun) owner dan admin media sosial Instagram Hyperival Store (Sumber : peneliti, 8 Juni 2023)



Gambar 2. Foto dengan Nayla Andini Putri (22 Tahun) selaku konsumen dan followers akun sosial media *Instagram* Hyperival Store (Sumber, 10 Juni 2023)

Lampiran 4 Lembar Perintah Revisi Penguji 1

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Masruhin Arfiansyah

NIM : 1151900280


Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Juni 2023

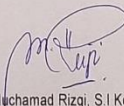
Catatan Perbaikan:

o Sesuaikan dg catatan dari penguji 2 dan 3.

Surabaya, 21 Juni 2023.....

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

()
Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med Kom

()
Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med Kom

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

Lampiran 5 Lembar Perintah Revisi Penguji 2

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Masruhin Arfiansyah

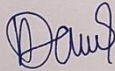
NIM : 1151900280

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

1. Penulisan dan literatur ✓
2. Perbaiki bab 1 - ✓ X
3. Perbaiki daftar pustaka. ✓

Surabaya, 26 Juni 2023
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,



()
Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom



()
Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom

Lampiran 6 Lembar Perintah Revisi Penguji 3

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Masruhin Arfiansyah

NIM : 1151900280

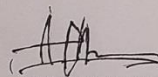
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

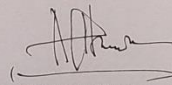
Perbaiki kesimpulan & Daftar Pustaka

Surabaya, 27 Juni 2023

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



Prof. Dr. Arief Darmawan, SU



Prof. Dr. Arief Darmawan, SU



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

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm, Doktor Ilmu Adm

Gedung : F.101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)

Telp. (031)-5925982, 5931800 Psw. 159. Email : fisip@untag-sby.ac.id

KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
8.	7/6 '23	Lanjut pengumpulan data.		
9.	14/6 '23	BAB IV dan V	Acc	
10.	14/6 '23	BAB IV dan V	ACC.	

Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal : 14 Juni 2023

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Much Rizqi)

(Edy S.)

Lampiran 8 Hasil Turnitin

Masruhin_Arfiansyah_1151900280_SKRIPSI.pdf

ORIGINALITY REPORT

18%	17%	7%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	2%
2	core.ac.uk Internet Source	1%
3	kc.umn.ac.id Internet Source	1%
4	teraiania.wordpress.com Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%
6	digilib.unila.ac.id Internet Source	1%
7	e-journals.unmul.ac.id Internet Source	1%
8	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
9	mytugas.netlify.app Internet Source	1%