

LAMPIRAN


LAMPIRAN 1 Hasil Turnitin

| Raihan bramanta aji | | | |
|---------------------|--|--------------|----------------|
| ORIGINALITY REPORT | | | |
| 13% | 12% | 3% | 9% |
| SIMILARITY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATIONS | STUDENT PAPERS |
| PRIMARY SOURCES | | | |
| 1 | Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper | | 2% |
| 2 | repository.untag-sby.ac.id Internet Source | | 1% |
| 3 | www.pahlevi.net Internet Source | | 1% |
| 4 | www.bernas.id Internet Source | | 1% |
| 5 | es.scribd.com Internet Source | | <1% |
| 6 | library.binus.ac.id Internet Source | | <1% |
| 7 | Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper | | <1% |
| 8 | Submitted to Universitas Katolik Widya Mandala Student Paper | | <1% |

| | | |
|----|--|------|
| 9 | ahmadsuparno.wordpress.com Internet Source | <1 % |
| 10 | fithrohadipurnomo.wordpress.com Internet Source | <1 % |
| 11 | gerobakimoet.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 12 | indeksprestasi.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 13 | yogyakampus.com Internet Source | <1 % |
| 14 | aliefworkshop.com Internet Source | <1 % |
| 15 | repository.ar-raniry.ac.id Internet Source | <1 % |
| 16 | Submitted to iGroup Student Paper | <1 % |
| 17 | text-id.123dok.com Internet Source | <1 % |
| 18 | repository.isi-ska.ac.id Internet Source | <1 % |
| 19 | 123dok.com Internet Source | <1 % |
| 20 | repository.uksw.edu Internet Source | <1 % |

| | | |
|----|---|------|
| 21 | journal.uc.ac.id Internet Source | <1 % |
| 22 | kc.umn.ac.id Internet Source | <1 % |
| 23 | publikasi.mercubuana.ac.id Internet Source | <1 % |
| 24 | radarsemarang.jawapos.com Internet Source | <1 % |
| 25 | repository.upnvj.ac.id Internet Source | <1 % |
| 26 | Submitted to Universitas Riau Student Paper | <1 % |
| 27 | docplayer.info Internet Source | <1 % |
| 28 | www.pinhome.id Internet Source | <1 % |
| 29 | etd.repository.ugm.ac.id Internet Source | <1 % |
| 30 | www.slideshare.net Internet Source | <1 % |
| 31 | ejurnal.stisipolcandradimuka.ac.id Internet Source | <1 % |
| 32 | eprints.binadarma.ac.id Internet Source | <1 % |

LAMPIRAN 2 Kartu 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 : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Raihan Bramanta Aji

NBI : 1151900193

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing I : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom

Dosen Pembimbing II : Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA

Judul Skripsi : Strategi Integrated Marketing Communication pada Pan&Co Dalam Membangun Brand Awareness

| No | Tanggal | Saran/Perbaikan | Pembimbing | |
|----|---------|--|--------------------|--------------------|
| | | | Paraf Dospem 1 | Paraf Dospem 2 |
| 1. | 16/2 23 | Ubah format menjadi format skripsi, kasih perhubungan latar belakang 1 dan 2 | <i>[Signature]</i> | |
| 2. | 27/2 23 | - Revisi kasih sumber di latar belakang - Perbaiki Typo } - gans ming kata - Informan revisi sekunder } yang binggus | <i>[Signature]</i> | |
| 3. | 2/3 23 | - Informan Primer - Critical review di bab 2 ✓ - Daftar pustaka minimal 10 ttn marketing | | <i>[Signature]</i> |
| 4. | 6/3 23 | - Revisi LBM - Revisi kerangka pemikiran | <i>[Signature]</i> | |
| 5. | 15/3 23 | - merapikan bab 2 tabel peneliti terdahulu, merapikan format penulisan sesuai template, tabel bab 3 informan. | <i>[Signature]</i> | |
| 6. | 3/4 23 | BAB 1,2,3 ACC | <i>[Signature]</i> | |
| | 3/4 23 | Format penulisan belum sesuai, pada bab 1 rumusan masalah dirubah sesuai judulnya, bab 2 kajian pustaka dirapikan. | | <i>[Signature]</i> |

Scanned with CamScanner



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 |
|-----|---------------------|--|--------------------------|--------------|
| | 11/04 ²³ | Pastikan teori pendukung bisa menjawab persoalan Penelitian, Dappus aplikasi. | | |
| | 4/05 ²³ | Kriteria informan dyelakan lebih lengkap, dappus cari lebih baru lagi minimal 2017. | | |
| | 10/05 ²³ | Interview guide | | |
| | 06/06 ²³ | Kasih Sub bab di bab 4 | | |
| | 08/06 ²³ | Gambar, Penjelasan konsumen mulai dari tahun berapa ia berlangganan, kerangka berpikir (alur) diperbaiki di kasih tanda panah. | | |
| | 09/06 ²³ | ACC Bab 1,2,3 lanjut bab 4,5 | | |
| | 09/06 ²³ | ACC Bab 4 | | |
| | 12/6/23 | ACC bab 5 | | |
| | 13/06/23 | ACC Bab 4 dan 5 | | |

Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal: 13-06-2023,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

LAMPIRAN 3 Lembar Revisi

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Raihan Bramanta Aji

NIM : 1151900193

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

Revisi seperti yg telah dibahas pada saat 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 ILPROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Raihan Bramanta Aji

NIM : 1151900193

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023

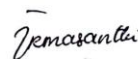
Catatan Perbaikan:

no # tingkatan brand awareness.

Surabaya, 21 Juni 2023

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


(Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int., MA)


(Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int., MA)

LAMPIRAN 4 Dokumentasi Penelitian

Gambar 5.1. Dokumentasi dengan Ringkuk Staff Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya



Gambar 5.2. Dokumentasi dengan Senja Staff Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya via chat whatsapp



Gambar 5.3. Dokumentasi dengan Vani & Vina konsumen Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya



Gambar 5.4. Dokumentasi dengan Nadya Konsumen Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya



Gambar 5.5. Dokumentasi dengan Regina Nashya Konsumen Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya



LAMPIRAN 5 Transkrip Wawancara

TRANSKRIP WAWANCARA SKRIPSI

Wawancara dengan informan primer (Staff Marketing Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya)

1. Bagaimana Pan n Co mengkomunikasikan brandnya pada konsumen?
2. ditujukan kepada khalayak yang bagaimana?
3. hal apa yang ingin dikomunikasikan kepada konsumen tentang brand Pan n Co?
4. apakah ada perencanaan buat meningkatkan brand?
5. Metode apa saja yang digunakan oleh Pan n Co dalam membangun brand awareness? (Advertising, Direct Marketing, Internet Marketing, Sales Marketing, Personal Selling, Public Relations)
6. setelah melakukan strategi komunikasi pemasaran terpadu, apakah ada efek yang didapatkan di Pan n Co? dan apakah sesuai dengan harapan perusahaan?
7. untuk saat ini, target audience awareness pada Pan n Co saat ini dalam tingkatan apa?
8. apakah dari strategi komunikasi pemasaran terpadu saat ini sudah cukup efektif dalam membentuk brand awareness?
9. Apakah ada hambatan dari melakukan strategi integrated marketing communication pada Pan n Co ini?

Wawancara dengan informan sekunder (Konsumen Pan n Co Galaxy Mall 3)

1. tahu darimana anda tentang Pan n Co?
2. apakah anda termasuk pelanggan tetap di Pan n Co?
3. seberapa sering kah anda membeli produk di Pan n Co?
4. apa alasan anda memilih Pan n Co sebagai tempat langganan daripada tempat yang lain?
5. menurut anda bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Pan n Co? bagus atau tidak?

TRANSKRIP WAWANCARA SKRIPSI

Nama Informan : Ringkuh

Peran : Staff Marketing 1 Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya

Waktu Wawancara : 29 Mei 2023

Lokasi Penelitian : Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya

Hasil Wawancara:

Raihan : Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu, selamat siang kak, perkenalkan saya Raihan Bramanta Aji, saya dari universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Fakultas FISIP prodi Ilmu Komunikasi, kehadiran saya disini untuk wawancara kebutuhan tugas akhir saya yaitu skripsi yang berjudul Integrated Marketing Communication pada Pan n Co Galaxy Mall 3 Dalam Membangun Brand Awareness, sebelumnya dengan kakak siapa ini?

Ringkuh : Waalaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatu, halo kak, perkenalkan saya Ringkuh, selaku staff marketing di Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya.

Raihan : Halo kak ringkuh, baik kak wawancara ini langsung saja kita mulai ya, yang pertama, Bagaimana Pan n Co mengkomunikasikan brandnya pada konsumen?

Ringkuh : Pan n Co mengenalkan brandnya pada konsumen itu lebih mengenalkan produk kita sih kak, karena produk kita ini kan cukup unik yaitu Fluffy Pancake khas jepang yang penyajiannya itu cukup 15-20 menit saja sudah jadi fluffy nya, dan berbagai macam topping seperti caramel,boba,buah buahan,oreo, dan masih banyak lagi, dan ga hanya produk pancake saja kak, kita juga mengenalkan produk kita yang tergolong baru penyajiannya yaitu pancake tapi dengan makanan berat, contohnya menu kita yang ini yaitu Katsu Cheesy, jadi dia itu pakai wheat pancake topping mozzarella dengan lauk ayam katsu dan salad organik. Tapi orang-orang sudah tau duluan di Pan n Co itu dengan keunikan pancakes dan plating kita yang proper jadinya orang-orang lebih sering memesan pancakes yang toppingnya manis.

Raihan : baik kak, untuk pertanyaan kedua yaitu ditujukan kepada khalayak yang bagaimana?

Ringkuh: maksudnya khayalak yang seperti apa kak?

Raihan: target pasar di Pan n Co nya kak, seperti kalangan usianya, kalangan menengah keatas seperti itu.

Ringkuh : Oh kalo di Pan n Co ini untuk semua kalangan umur sih, di Pan n Co ini kebanyakan yang datang itu berkeluarga, karena tempat dan menunya itu family friendly dan pasti anak anak kecil suka menu yang manis manis dan lucu lucu bentuknya, dan juga selain keluarga yang datang biasanya kebanyakan perempuan sih kak, karena kan perempuan pasti suka menu menu yang lucu, instagramable gitu kak, tapi juga ada beberapa cowo yang datang kesini, tapi kebanyakan dari survey kita itu customer perempuan dan berkeluarga. Untuk kalangannya Pan n Co ini bisa untuk semua sih, tapi dilihat dari harganya mungkin target pasar Pan n Co ini untuk kalangan menengah sampai atas.

Raihan : oh iya ya kak saya liat juga disini kebanyakan yang datang berkeluarga dan kebanyakan perempuan juga sama temen temennya. Oke kak pertanyaan selanjutnya yaitu apakah ada perencanaan untuk meningkatkan brand Pan n Co?

Ringkuh: Ada.

Raihan : baik, Metode apa saja yang digunakan oleh Pan n Co dalam membangun brand awareness? Dalam metode integrated marketing communication itu ada 6 kak yaitu Advertising, Direct Marketing, Internet Marketing, Sales Marketing, Personal Selling, Public Relations. Di Pan n Co pakai yang mana saja?

Ringkuh : hampir semua metode dipakai sih kak, yang pertama advertising itu kita pernah mengiklankan Pan n Co ke akun akun kuliner Surabaya di Televisi CNN Kuliner dan Ok Food by NET, juga promosi melalui media cetak online seperti Detik Food, Tempo.co Kuliner.

Raihan : untuk yang Internet Marketing bagaimana kak? Apakah Pan n Co mempunyai sosial media seperti Instagram, tiktok?

Ringkuh : ada kak Instagram, untuk tiktok gaada, tapi Instagram kita itu gabung sama pusat yang di Jakarta.

Raihan : oh berarti yang di Surabaya gaada Instagram khusus ya kak?

Ringkuh : gaada kak, jadi saya ga terlalu mengurus ke Instagram karena yang pegang itu pusat, tapi saya dikasih akses untuk akunnya, tapi lumayan ribet karena harus izin konfirmasi ke pusat kalau mau update tentang outlet cabang. Tapi saya juga sering setor update update yang ada di Surabaya namun saya emang ga fokus ke Instagram karena ya itu yang pegang pusat jadi saya ga bisa full akses ke instagramnya karena campur isinya di berbagai cabang ada di Surabaya,banjar,Jakarta,dan lain lain.

Raihan : oh berarti di Surabaya ini promosinya ga terlalu ke sosial media ya kak?

Ringkuh: iya betul

Raihan: oke kak, bisa dilanjut.

Ringkuh : untuk sales marketing sama personal selling mungkin hampir sama ya kak, kita menawarkan produk kita secara langsung kepada customer kita, jadi semisal ada kustomer datang,duduk di tempat kita kasih menu, kita tawarkan menu yang rekomen ke customer kita, lalu kita promosikan menu signature kita dan menu yang paling mahal sekaligus kak hehe, seperti menu baru kita ini yaitu chizu boba, sudah best seller kak walau baru karena soft selling yang kita pakai untuk mempersuasif customer untuk membeli produk tersebut. Kita juga menawarkan diskon diskon untuk pemakai debit,credit card bank tertentu. Juga Pan n Co ini menampilkan banner menu yang menarik, agar mengundang customer customer baru juga, akhirnya penasaran dan masuk ke Pan n Co.

Raihan: Baik kak, untuk yang Direct Marketing itu gimana ya?

Ringkuh: untuk Direct Marketing atau pemasaran langsung itu kita pasang banner elektrik di TV depan outlet untuk menampilkan berbagai menu menu yang khas di Pan n Co, lalu kita juga memasang menu di tempat take away, agar orang lewat itu merasa penasaran dengan kita lalu mencoba masuk dan membeli produk kita, kita juga memasang banner berbagai promo seperti promo 20% untuk pengguna kartu kredit dan debit BCA.

Raihan: oh iya kak, untuk yang Public Relations ini gimana?

Ringkuh: nah untuk yang public relations ini kita fokusnya kerjasama sama brand brand lain kak, kayak Magnum, Khong Guan. Jadi kita kolaborasi dengan mereka itu untuk launching menu special yaitu Pancake dengan topping coklat ice cream Magnum itu, sama Pancake topping Marie Khong Guan.

Raihan: oh iya kak, untuk pertanyaan selanjutnya . setelah melakukan strategi komunikasi pemasaran terpadu, apakah ada efek yang didapatkan di Pan n Co? dan apakah sesuai dengan harapan perusahaan?

Ringkuh: efeknya keliatan banget sih kak, pasti lebih ramai, dulu weekday itu ga seberapa padat tapi setelah melakukan berbagai strategi komunikasi marketing itu lumayan ramai, apalagi kalau weekend itu pasti sudah full kak sampai antri list.

Raihan: baik, untuk saat ini, target audience awareness pada Pan n Co saat ini dalam tingkatan apa?

Ringkuh: wah kalau ini harus survey sama konsumennya langsung ya kak mengenai tingkatan brand kita, tapi ada beberapa customer langganan kita yang kita sudah hafal dan repeat order berkali kali, kan kakanya ini ada pertanyaan wawancara untuk konsumen, bisa ditanyakan kak saya bantu untuk memilih customer langganan kita nanti.

Raihan: Baik kak, terimakasih banyak, untuk selanjutnya yaitu apakah dari strategi komunikasi pemasaran terpadu saat ini sudah cukup efektif dalam membentuk brand awareness?

Ringkuh: menurut saya sudah sih kak tapi pastinya ada beberapa kendala yang sampai sekarang belum bisa handle.

Raihan: oh iya kak, contohnya apa hambatan dari melakukan strategi integrated marketing communication pada Pan n Co Galaxy Mall 3 ini?

Ringkuh: kendalanya lebih ke sosmednya sih kak, seperti yang tak bilang tadi instagramnya itu campur sama pusat, jadi kadang kita ketinggalan informasi dari pusat juga, dan banyak miskom dari konsumen juga, semisal pusat itu ngeluarin menu khusus untuk Jakarta, tapi di Surabaya engga, jadi ada konsumen yang tanya apakah menunya ini ada padahal adanya di Surabaya, jadinya kurang aja sih kak, tapi ya gimana lagi emang gabisa bikin ig khusus Surabaya. Terus kalau mau update apa apa harus lapor ke admin pusat buat accnya kak jadi makanya saya ga fokus marketing di sosmed, tapi untuk ig pan n co sendiri sudah ramai followers kok jadi positifnya mungkin ngaruh ke Surabaya juga ramainya.

Raihan: baik kak, wawancara nya sudah terjawab semua, terimakasih banyak ya Kak Ringkuh atas waktunya, mohon maaf banget kalau mengganggu jam kerjanya.

Ringkuh: sama sama kak, gapapa kok santai aja terimakasih juga sudah milih Pan n
Co sebagai topik skripsinya.

TRANSKRIP WAWANCARA SKRIPSI

Nama Informan : Senja Dwi Suryaningrum
 Peran : Staff Marketing 2 Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya
 Waktu Wawancara : 29 Mei 2023
 Lokasi Penelitian : Whatsapp chat

Hasil Wawancara

Raihan : Assalamualaikum wr.wb,selamat malam kak. perkenalkan nama saya Raihan Bramanta Aji dari Universitas 17 Agustus 1945 Fakultas FISIP prodi Ilmu Komunikasi, disini saya ada tugas wawancara untuk kebutuhan skripsi, topik skripsi saya yaitu “Integrated Marketing Communication pada Pan n Co Galaxy Mall 3 dalam Membentuk Brand Awareness”, berikut pertanyaan wawancaranya kak:

1. bagaimana Pan n Co mengenalkan produknya pada konsumen?
2. Metode komunikasi marketing apa saja yang digunakan oleh Pan n Co membangun brand? (Advertising,Internet Marketing,Personal Selling,Direct Marketing,Public Relations)
3. setelah melakukan strategi komunikasi pemasaran terpadu, apakah ada efek yang didapatkan di Pan n Co? dan apakah sesuai dengan harapan perusahaan?
4. apakah dari strategi komunikasi pemasaran terpadu saat ini sudah cukup efektif dalam membentuk brand awareness?
5. Apakah ada hambatan dari melakukan strategi integrated marketing communication pada Pan n Co ini?

Senja : untuk point yang pertama, Pan n Co mengelakan ke konsumen mengenai produk-produk khas dari kita kak, kita menawarkan produk pancake yang unik original dari jepang yang pasti untuk taste nya tidak bisa di temuin di kafe kafe lainnya. Lalu mengenalkan produk menggunakan strategi pemasaran menggunakan sosial media tentunya untuk gambar dan video yang menarik. bisa juga mengundang vlog blogger atau bisa dgn cara menjelaskan kepada konsumen ciri khas menu yang terjual di pan and co.

Senja : point kedua, hampir menggunakan semua metode promotional mix seperti advertising, internet marketing,sales promotion, personal selling, direct

marketing, public relations. Mungkin sama yang dijelaskan sama Kak Ringkuh, yang advertising itu mengundang food blogger dan influencer untuk mempromosikan outlet Pan n Co Galaxy Mall 3, menjelaskan kepada konsumen ciri khas menu Pan n Co. Pan n Co juga mempromosikan di berbagai media cetak kuliner DetikFood, Tempo.Co, Pan n Co juga mempromosikan di media TV seperti channel CNN Kuliner, Ok Food by Net. Untuk yang internet marketing itu sama seperti yang dibilang Kak Ringkuh, emang kita ga terlalu megang instagram karena yang pegang utamanya di pusat, kita cuma setor update yang ada di cabang Surabaya, nanti pusat biasanya yang upload.

Untuk yang sales promotion dan personal selling, seperti yang Ringkuh bilang³, untuk personal selling kita yaitu menawarkan produk yang best seller dengan harga tertinggi kita kepada konsumen di saat konsumen memilih menu, juga menawarkan promo promo menarik untuk konsumen seperti diskon untuk pengguna bank tertentu. Untuk yang direct marketing, kita menampilkan menu menu kita di banner elektrik yang ada di atas sana supaya orang orang penasaran sama produk kita, dan akhirnya mencoba untuk membeli produk kita, kita juga memasang promo untuk pengguna kartu kredit atau debit tertentu, biasanya BCA sih karena mayoritas orang disini kan banyak yang pakai BCA. Dan untuk Public Relations kita berkolaborasi dengan brand brand ternama seperti magnum, pas itu kita berkolaborasi dengan magnum, jadi kita menawarkan produk dengan topping coklat magnum, dengan ice cream magnum di sebelahnya, dengan logo resmi dari kolaborasi Pan n Co dengan magnum di atas topping pancakenya. Selain pancake juga ada menu minuman yang berkolaborasi dengan magnum yaitu frappe edition dengan rasa magnum. Lalu kita juga berkolaborasi dengan Khong Guan yang masih ada sampai sekarang, jadi kita berkolaborasi dengan Khong Guan untuk menciptakan rasa pancake limited edition dengan topping Marie Khong Guan dengan logo resmi kolaborasi Khong Guan, dengan plating khusus dengan tulisan hastag #FluffyWithKhongGuan.

Senja : point ke tiga, efek yang didapat pan n co ada efeknya pasti outlet lebih ramai, namun tidak selalu ramai dan tidak terlalu sepi juga, tapi selalu ada peningkatan setiap harinya.

- Senja : point yang keempat, untuk saat ini strategi pemasaran terpadu sudah cukup efektif dan mungkin juga perlu untuk mencari metode komunikasi marketing lainnya
- Senja : untuk hambatan sejauh ini mungkin ada, tapi balik lagi bagaimana kita memastikan semua pihak bekerja sama secara terpadu dan sejalan untuk menciptakan strategi komunikasi yang efektif.
- Raihan : baik kak, sudah terjawab semua pertanyaan wawancara hari ini, terimakasih banyak ka katas waktu yang kakak berikan untuk wawancara mengenai IMC pada Pann Co Galaxy Mall 3 ini.
- Senja : Sama sama kak, semoga menjawab yaa.

TRANSKRIP WAWANCARA SKRIPSI

- Nama Informan : Vani & Vina
- Peran : Konsumen Langgan Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya
- Waktu Wawancara : 29 Mei 2023
- Lokasi Penelitian: : Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya
- Hasil Wawancara
- Raihan : Halo kak, mohon maaf mengganggu waktunya, sebelumnya perkenalkan nama saya Raihan Bramanta Aji, saya dari Universitas 17 Agustus 1945, Fakultas FISIP jurusan Ilmu Komunikasi. Disini saya ada tugas akhir skripsi yaitu strategi integrated marketing communication pada Pan n Co Galaxy Mall 3 dalam membangun Brand Awareness, apakah kakak bersedia untuk saya wawancarai sebentar? Sebelumnya boleh perkenalan namanya siapa kak?
- Vani & Vina : Halo kak, nama saya Vani, dan temen saya ini namanya Vina, boleh boleh kak silahkan.
- Raihan : kakaknya baru pertama kali ke Pan n Co atau sudah pernah ke Pan n Co?
- Vani & Vina : sudah berkali kali sih kak kesini, mungkin sekitar 6 kali ya.
- Raihan : Tahu darimana awalnya tentang Pan n Co ini?
- Vani & Vina : awalnya lewat aja karena saya seringnya di GM 2, terus nyoba nyebrang ke GM 3 ini lewat Pan n Co, dari luar kok menarik akhirnya nyoba masuk.
- Raihan : Berarti kakaknya ini pelanggan tetap ya di Pan n Co?
- Vani & Vina : iya.
- Raihan : seberapa sering kakak membeli produk di Pan n Co?
- Vani & Vina : sering sih biasanya ya makan pancakenya aja setiap kesini, gapernah coba yang lain lain, anak saya yang kecil ini juga suka sama pancakenya rasanya manis, jadi kalau kesini ya pesen pancakenya aja gapernah coba yang lain lain.

- Raihan : Alasan kakaknya memilih Pan n Co daripada tempat lain apa kak? Kan ada juga pesaing2 café pancake lainnya disini.
- Vani & Vina : awal kenal café pancake kayak gini ya di Pan n Co sih, jadinya ya kita kesini terus, juga rasanya pas di kita dan udah cocok sama produknya, pelayanan disini juga ramah ramah, tempatnya juga enak buat nongkrong dan bawa anak disini juga aman, karena bahan makanan disini juga aman buat anak saya. Jadinya kalau mau makan pancake ya selalu ke Pan n Co.
- Raihan : menurut kakak bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Pan n Co? bagus atau tidak?
- Vani & Vina : kita awalnya cuma lewat sih lihat gambar gambar pancakenya kok menarik disitu awalnya saya nyobain.
- Raihan : berarti kakak ga riset dahulu ya sebelum kesini kayak searching gitu?
- Vani & Vina : engga kak.
- Raihan : Baik kak terimakasih atas waktunya ya.
- Vani & Vina : Sama-sama kak.

TRANSKRIP WAWANCARA SKRIPSI

Nama Informan : Nadya

Peran : Konsumen Langganan Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya

Waktu Wawancara : 30 Mei 2023

Lokasi Penelitian : Galaxy Mall 3

Hasil Wawancara

Raihan : Halo kak, perkenalkan saya Raihan Bramanta Aji dari Universitas 17 Agustus 1945 Fakultas FISIP Prodi Ilmu Komunikasi, sebelumnya disini saya ada keperluan untuk wawancara kakanya mengenai Pan n Co, untuk kebutuhan tugas akhir saya skripsi, sebelumnya dengan kakak siapa ini?

Nadya : Halo kak, saya Nadya.

Raihan : Halo kak Nadya, disini saya mau tanya2 seputar Pan n Co, tahu darimana Pan n Co?

Nadya : tau dari Instagram, dulu pernah lewat iklannya di beranda, akhirnya saya kepo trs saya cari tau dimana ternyata ada di sini galaxy mall 3. Kan sempet viral juga awal awal opening Pan n Co ini.

Raihan : kakanya sudah berapa kali ke Pan n Co?

Nadya : 3 kali kayaknya ya.

Raihan : udah lumayan sering berarti ya kak, biasanya kalo ke Pan n Co beli produk yang mana kak?

Nadya: kalo kesini ya beli pancake aja sih, ga pernah coba yang lain, favorit saya itu chizu boba sama matcha pancakenya.

Raihan: Alasan kakaknya memilih Pan n Co daripada tempat lain apa ya kak?

Nadya: karena enak sih pertama, terus juga saya Taunya café pancake kayak gini ya Pan n Co, mungkin sekarang udah banyak yang jual kayak gini tapi tetep khas dari Pan n Co ini ga bisa ditiru sama pesaing pesaing lain. Outlet yang di gm ini juga bagus dan strategis, enak buat nyantai.

Raihan: Menurut kakak komunikasi pemasaran yang dilakukan Pan n Co ini gimana? Bagus atau tidak?

Nadya: bagus menurut saya, apalagi saya taunya dari Instagram ya iklannya, saya liat feedsnya juga lucu lucu pas sama tema yang dibawa Pan n Co ini.

Raihan: oke kak terimakasih ya sudah mau meluangkan waktunya untuk wawancara ini.

Nadya: siap kak sama sama.

TRANSKRIP WAWANCARA SKRIPSI

Nama Informan : Regina Nashya
Peran : Konsumen Langgan Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya
Waktu Wawancara : 31 Mei 2023
Lokasi Penelitian : Galaxy Mall 3 Surabaya

Hasil Wawancara

Raihan: Halo kak, perkenalkan saya Raihan Bramanta Aji dari Universitas 17 Agustus 1945 Fakultas FISIP Prodi Ilmu Komunikasi, sebelumnya disini saya ada keperluan untuk wawancara kakanya mengenai Pan n Co, untuk kebutuhan tugas akhir saya skripsi, sebelumnya dengan kakak siapa ini?

Regina: Halo kak, boleh boleh. Saya Regina Nashya.

Raihan: baik kak, untuk pertanyaannya, bagaimana anda tau mengenai Pan n Co?

Regina: Dari media sosial sih kak, awalnya aku iseng scroll beranda tiba tiba ada iklan lewat kafe yang baru opening dulu, dari iklannya itu menarik menunya bentuknya lucu lucu.

Raihan: apakah anda termasuk pelanggan tetap di Pan n Co?

Regina: udah lima kali kak, saya suka banget sama produknya

Raihan: apa yang membuat anda memilih Pan n Co daripada kafe yang lain?

Regina: karena pancakenya itu beda dari yang lain, rasanya manis tapi pas ga terlalu manis juga, taste pancakenya juga fluffy unik banget apalagi platingnya berasa mewah, untuk harga segitu menurut saya sangat worth it dengan yang disajikan. Toppingnya juga unik unik mulai dari boba, buah buahan, coklat, matcha.

Raihan: menurut kakak strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Pan n Co ini apakah sudah bagus?

Regina: sudah bagus menurut saya, strateginya sangat niat dan proper, ga kaleng kaleng, apalagi pas kolaborasi sama magnum, itu saya suka banget pernah Cobain menu limitednya, lalu dari instagramnya saya juga suka sama feedsnya yang colorful sesuai dengan tema kafe, lucu.

Raihan: Baik kak, terimakasih atas waktu yang diberikan untuk wawancara ini ya

Regina: Sama sama kak.