

## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1 Pedoman Wawancara Strategi Interaktif Marketing Levoshop dalam Membentuk Word of Mouth melalui Media Sosial Instagram

Teori/Konsep	Indikator	Dimensi	Pertanyaan
CMC	Pola Komunikasi	Dirrect Messenger	- Bagaimana mengolah fitur <i>direct messenger</i> dalam strategi interaktif marketing untuk membentuk Word of Mouth?
		Komentar	- Apakah fitur komentar dalam pola komunikasi ini berpengaruh dalam interaktif marketing Levoshop?
		Forum Grup	- Dalam forum grup online yang berada saat ini, apakah Levoshop menggunakan fitur ini dalam menjalankan strategi interaktif marketing?
		Live Streaming	- Bagaimana cara mengolah fitur ini dianggap efektif saat interaktif marketing dijalankan dalam membentuk word of mouth?
		Hashtag	- Apakah fitur <i>hashtag</i> ini merupakan bagian penting oleh Levoshop dalam membentuk word of mouth?
		Reaksi Emoji	- Apakah fitur reaksi emoji berpengaruh saat interaktif marketing dijalankan dalam membntuk word of mouth?
	Relasi CMC dalam Media Sosial	Kerabat	- Seberapa penting kerabat saat interaktif marketing

			dijalankan dalam membentuk word of mouth?
		Saudara	- Apakah relasi saudara ini berperan aktif dalam pertemanan melalui media sosial ini dapat menunjang bisnis Levoshop dalam mebentuk word of mouth?
		Permintaan Pertemanan	- Apakah adanya permintaan ini sangat berpengaruh dalam akun bisnis instagram Levoshop sebagai calon konsumen?
		Pengikut ( <i>followers</i> )	- Apakah adanya followers Levoshop ini berperan aktif saat proses pemasaran online dilakukan?
	Interaksi CMC dalam Media Sosial	Direct Messenger	- Apakah banyak <i>direct messenger</i> Instagram yang masuk dalam proses interaksi dengan konsumen mengenai informasi sebuah produk yang ditanyakan?
		Komentar	- Apakah interaksi melalui komentar merupakan cara yang efektif bagi Levoshop?
		Live Sreaming	- Adanya <i>Live Streaming</i> yang bisa sewaktu-waktu berinteraksi dengan followers di Instagram, apakah sering dilakukan dalam sehari-hari?
		Video Call	- Dalam interaksi Video Call ini apakah perlu

			dijalankan dalam membentuk word of mouth?
		Saudara	- Apakah relasi saudara ini berperan aktif dalam pertemanan melalui media sosial ini dapat menunjang bisnis Levoshop dalam membentuk word of mouth?
		Permintaan Pertemanan	- Apakah adanya permintaan ini sangat berpengaruh dalam akun bisnis instagram Levoshop sebagai calon konsumen?
		Pengikut ( <i>followers</i> )	- Apakah adanya followers Levoshop ini berperan aktif saat proses pemasaran online dilakukan?
	Interaksi CMC dalam Media Sosial	Direct Messenger	- Apakah banyak <i>direct messenger</i> Instagram yang masuk dalam proses interaksi dengan konsumen mengenai informasi sebuah produk yang ditanyakan?
		Komentar	- Apakah interaksi melalui komentar merupakan cara yang efektif bagi Levoshop?
		Live Streaming	- Adanya <i>Live Streaming</i> yang bisa sewaktu-waktu berinteraksi dengan followers di Instagram, apakah sering dilakukan dalam sehari-hari?
		Video Call	- Dalam interaksi Video Call ini apakah perlu

			digunakan dalam bidang bisnis Levoshop?
		Call	- Seberapa penting fitur <i>call</i> dalam media sosial saat berinteraksi dengan para konsumen?
	Ekspresi Diri	Profil Pengguna	- Apakah profil pengguna ini merupakan sebuah identitas yang penting bagi Levoshop dalam hal bisnis melalui media sosial?
		Status yang dibagikan	- Seberapa sering status berupa konten produk yang dibagikan Levoshop, untuk mempersuasi konsumen baru?
		Komentar	- Bagaimana adanya komentar yang muncul dalam konten produk, bisa menunjukkan ekspresi kepuasan konsumen?
		Filter	- Apakah Levoshop menggunakan Filter ini, sebagai sarana untuk memaksimalkan hasil sebuah konten foto maupun video produk yang dibagikan?
Strategi Interaktif Marketing	Tujuan	Peningkatan Pasar	- Dalam menjalankan aktivitas interaktif marketing, apakah Levoshop memiliki tujuan untuk meningkatkan keterlibatan konsumen yang luas dalam media sosial Instagram?

		Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> )	- Seberapa efektif kesadaran merek perlu diperhatikan dalam hal bisnis Levoshop?
		Hubungan Konsumen	- Apakah penting menjalin hubungan dengan konsumen melalui media sosial ?
		Loyalitas Konsumen	- Apa efek yang ditimbulkan saat Levoshop memiliki hubungan loyalitas dengan konsumennya?
Jenis		Website	- Apakah situs <i>website</i> ini perlu digunakan Levoshop dalam menampilkan layanan <i>customer service</i> ?
		Media Sosial	- Apakah media sosial ini merupakan wadah promosi yang tepat dan efektif di era persaingan bisnis saat ini?
		Afiliasi	- Seberapa penting afiliasi atau <i>influencer</i> melalui media sosial maupun lainnya bagi Levoshop dalam menjalankan bisnisnya?
<i>Digital Marketing</i>		Kestabilan	- Apakah pemasaran online ini perlu memiliki prinsip konsisten sehingga kestabilan aktivitas marketing tetap berjalan dengan baik?
		Target Pasar	- Bagaimana menetapkan target saat interaktif

			marketing dijalankan?
Media Sosial Instagram	Strategi Pemasaran	Profil Menarik	- Dengan adanya profil bisnis yang menarik, apakah dapat meningkatkan <i>followers</i> Instagram Levoshop?
		Konten Berkualitas	- Seberapa penting bagi Levoshop mengenai konten produk yang berkualitas untuk dibagikan melalui Instagram?
		Penggunaan Hashtag	- Apakah penggunaan <i>hashtag</i> dalam postingan Instagram Levoshop dapat berpengaruh baik?
		Kolaborasi	- Apakah kolaborasi dengan <i>influencer</i> ini sebuah ide yang positif dalam hal bisnis Levoshop ini?
		Kontes Hadiah	- Seberapa penting kontes hadiah ( <i>giveaway</i> ) untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap brand Levoshop?
		Fitur Instagram	Insights
		IGTV	- Apakah fitur ini berfungsi dengan

			baik bagi Levoshop?
		<i>Story &amp; Highlights</i>	- Seberapa penting <i>story &amp; highlights</i> dijalankan secara konsisten bagi Levoshop?
		Iklan	- Apakah fitur iklan berperan aktif dalam aktivitas pemasaran online Levoshop?
		Swipe Up Story	- Apakah fitur ini dapat memudahkan konsumen dalam menanyakan sebuah informasi produk Levoshop melalui instragram?
		Postingan	- Apakah fitur postingan ini dapat memudahkan <i>followers</i> Instagram Levoshop untuk memilih sebuah produk ?
		<i>Live Streaming</i>	- Apa dampak positif yang didapat setelah proses <i>Live Streaming</i> melalui Instagram dilakukan secara terus menerus?
<i>Word Of Mouth</i>	Keberhasilan WOM	Kemauan Konsumen	- Setelah melakukan interaktif marketing, apakah timbul kemauan atau antusias konsumen terhadap <i>brand</i> Levoshop?
		Rekomendasi Produk	- Apakah melalui testimoni mulut ke mulut mengenai rekomendasi produk, secara tidak langsung dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan konsumen baru juga nantinya?

## LAMPIRAN 2 Hasil Turnitin

### Bab 1,4,&5 Friska

#### ORIGINALITY REPORT

<b>11</b> %	<b>11</b> %	<b>6</b> %	<b>7</b> %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>repository.untag-sby.ac.id</b> Internet Source	<b>2</b> %
<b>2</b>	<b>digilib.uin-suka.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>3</b>	<b>123dok.com</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>4</b>	<b>cdn.repository.uisi.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>5</b>	<b>Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya</b> Student Paper	<b>1</b> %
<b>6</b>	<b>journal.lppmunindra.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %
<b>7</b>	<b>journal.universitaspahlawan.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %
<b>8</b>	<b>jurnal.unmer.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %
<b>9</b>	<b>jurnaluniv45sby.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1</b> %

10	<a href="http://journal.uc.ac.id">journal.uc.ac.id</a> Internet Source	<1 %
11	<a href="http://dspace.uui.ac.id">dspace.uui.ac.id</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://jptam.org">jptam.org</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="http://repository.ubharajaya.ac.id">repository.ubharajaya.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://repository.unsoed.ac.id">repository.unsoed.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://prosiding.p-adri.or.id">prosiding.p-adri.or.id</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://journals.upi-yai.ac.id">journals.upi-yai.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	Submitted to IAIN Kediri Student Paper	<1 %
20	<a href="http://conference.untag-sby.ac.id">conference.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	Submitted to University of Sunderland Student Paper	<1 %

22	<a href="http://journal.formosapublisher.org">journal.formosapublisher.org</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id">libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id</a> Internet Source	<1 %
24	Submitted to Sultan Agung Islamic University Student Paper	<1 %
25	<a href="http://journal.ipm2kpe.or.id">journal.ipm2kpe.or.id</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://jurnalprisanicendekia.com">jurnalprisanicendekia.com</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://digilib.iainkendari.ac.id">digilib.iainkendari.ac.id</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id">openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://repository.uma.ac.id">repository.uma.ac.id</a> Internet Source	<1 %
31	<a href="http://www.arifahwulansari.com">www.arifahwulansari.com</a> Internet Source	<1 %
32	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	<1 %
33	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	<1 %


34	<a href="http://jurnal-lp2m.umnaw.ac.id">jurnal-lp2m.umnaw.ac.id</a> Internet Source	<1%
35	<a href="http://ml.scribd.com">ml.scribd.com</a> Internet Source	<1%
36	<a href="http://ejournal.unesa.ac.id">ejournal.unesa.ac.id</a> Internet Source	<1%
37	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

### LAMPIRAN 3 Bukti Kartu Bimbingan Skripsi



**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

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Friska Apriliyani Tri Oentoyo  
 NBI : 1152000024  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Dosen Pembimbing I : Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom  
 Dosen Pembimbing II : Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom  
 Judul Skripsi : Strategi Interaktif Marketing Levoshop dalam Membentuk Word of Mouth melalui Media Sosial Instagram

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	07-05-2024	Bab 2 - kaitan pustaka - landasan konseptual	✓	
2.	13-05-2024	Bab 3 - kerangka pemikiran, jenis penelitian, teknik keabsahan data.	✓	
3.	18/3	Bab 1 - Fokus penelitian		M. Rizqi
4.	20/3	Bab 2 - indikator keberhasilan veri - kerangka pemikiran		M. Rizqi
5.	14-03-2024	Bab 2 - kerangka landasan teori CMC.	✓	
6.	28-03-2024	Apa Bab 1 & 3. buat CVR terbaru.	✓	
7.	20/3	Kerangka pemikiran Lanjut Bab III		M. Rizqi
8.	23/4	Lanjut bab IV.	✓	
9.	23/4	Turunan Lapangan.		M. Rizqi
10.	13/5	- Bab IV	✓	



**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 (60116)  
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisp@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
11.	21/5/2024	- Acc Bab IV dan V dengan revisi.		
12.	5/6/24	Lakukan triangulasi - Lanjutkan BAB V		
13.	12/6/24	BAB IV - V ACC		
14.	12/6/24	<del>NO</del> 1-5 MAN SIDHARJO		

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai  
 Tanggal : 12/6/2024

Dosen Pembimbing I,  
  
 M. MAN - P.

Dosen Pembimbing II,  
  
 Much Rizqi

## 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 : Friska Apriliyani Tri Oentoyo

NIM : 1152000024

Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 28 Juni 2024

Judul Skripsi : Strategi Interaktif Marketing Levoshop dalam Membentuk Word of Mouth melalui Media Sosial Instagram

Catatan Perbaikan:

Lanjutan Bimbingan, aplikasi ILMIAN, + DAPPID.

---



---



---



---



---



---



---



---




---




---

Surabaya, 2 Juli 2024  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

  
M. W. S. P.

Revisi dari Dosen Penguji,

  
M. W. S. P.

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Friska Apriliyani Tri Oentoyo

NIM : 1152000024

Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 28 Juni 2024

Judul Skripsi : Strategi Interaktif Marketing Levoshop dalam Membentuk Word of Mouth melalui Media Sosial Instagram

Catatan Perbaikan:

1. Kesimpulan berakut dari observasi dan wawancara?

2. Bagaimana peninjauan word of mouth utbk  
pms marketing?

Surabaya, 2 Juli 2024

Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Wahyu Kuncoro

Wahyu Kuncoro

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

## LAMPIRAN 6 Lampiran Perintah Revisi Penguji 3

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Friska Apriliyani Tri Oentoyo  
NIM : 1152000024  
Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 28 Juni 2024  
Judul Skripsi : Strategi Interaktif Marketing Levoshop dalam Membentuk Word of Mouth melalui Media Sosial Instagram

Catatan Perbaikan:

Tidak ada revisi

Surabaya, 28 Juni 2024  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,



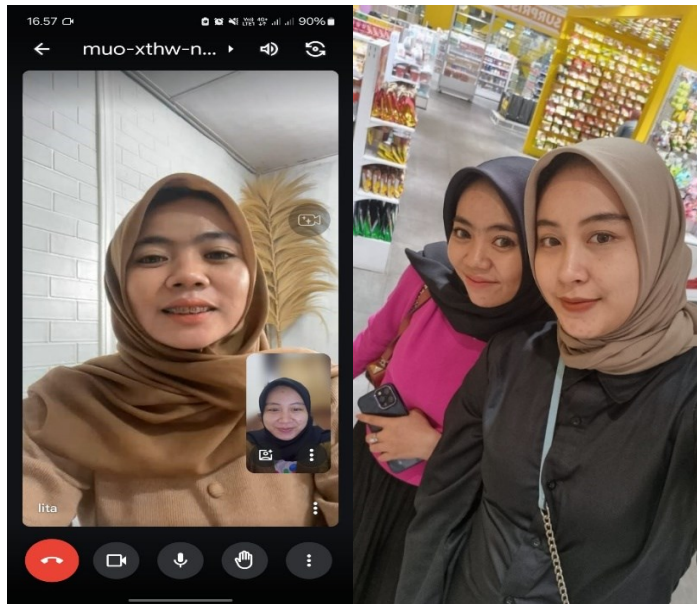
Nara Garini A



Nara Garini A

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

## DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara dan foto bersama Ibu Lita Yuliana selaku Pemilik Usaha Levoshop.



Wawancara bersama informan pendukung bernama Amanah, selaku Loyalitas Konsumen Levoshop.