

LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara

Peneliti : “Strategi apakah yang bapak gunakan di dalam meraih pasar?”

Narasumber : “Kami menggunakan strategi digital marketing melalui aplikasi Shopee. Dengan fitur Shopee Ads, promo seperti Flash Sale dan Free Shipping, serta pengelolaan halaman yang informatif dan menarik, kami bisa menjangkau pelanggan di seluruh Indonesia. Ini membantu kami meningkatkan eksposur produk, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen secara online.”

Peneliti : “Ada berapa media yang di gunakan oleh gramedia ini untuk memasarkan produk produk?”

Narasumber : “Gamedia menggunakan beberapa media untuk memasarkan produk-produknya, termasuk aplikasi Shopee, Instagram, dan program loyalty melalui aplikasi MyValue. Setiap media memiliki strategi khusus, seperti penggunaan Shopee Ads dan promo di Shopee, fitur Instagram seperti postingan feed dan Instagram Shopping, serta program loyalty untuk pelanggan setia melalui aplikasi MyValue.”

Peneliti : “Tukar point minimal brp rupiah belanja?”

Narasumber : “Untuk menukar poin melalui program loyalty di aplikasi MyValue, pelanggan perlu berbelanja minimal 100.000 rupiah. Setiap transaksi yang memenuhi syarat akan mengakumulasikan poin yang bisa ditukar dengan berbagai penawaran menarik dan diskon khusus di Gramedia Store. Program ini dirancang untuk memberikan nilai tambah bagi pelanggan setia dan mendorong mereka untuk terus berbelanja di Gramedia.”

Peneliti : Salah satu media yang di gunakan itu media mana yang paling sering di gunakan dan mana yang memberikan dampak perubahan?

Narasumber : “Salah satu media yang paling sering digunakan oleh Gramedia adalah Instagram. Media ini memberikan dampak perubahan yang signifikan dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Melalui fitur-fitur seperti Instagram Story, feed posting, dan Instagram Shopping, Gramedia dapat membagikan konten menarik mengenai koleksi buku terbaru, promosi khusus, dan acara yang diadakan di toko. Selain itu, penggunaan hashtag relevan dan geotagging membantu Gramedia mencapai target audiens lokal di Surabaya dan sekitarnya. Dengan konsistensi dalam unggahan dan strategi pemasaran yang efektif, Instagram telah menjadi alat yang sangat efektif untuk memperkuat merek dan membangun komunitas penggemar buku yang setia.”


- Peneliti : “Upaya apa yang di gunakan dalam rangka menjaga loyalitas pelanggan, menggait minat pengunjung yang lain?”
- Narasumber : “Kami fokus pada program loyalitas yang menawarkan diskon eksklusif dan penawaran spesial kepada anggota. Selain itu, kami mengadakan acara baca buku rutin dan workshop literasi untuk memperluas minat pengunjung, serta aktif berinteraksi melalui media sosial untuk membangun komunitas penggemar buku yang lebih besar. Ini membantu kami tidak hanya mempertahankan pelanggan tetap setia, tetapi juga menarik minat pengunjung baru yang tertarik dengan kegiatan literasi dan budaya.”

Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara



Wawancara dengan SPV Di Gramedia Store Royal Plaza Surabaya











Lampiran 4 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 : Muhammad Iqbal Setiawan
 NBI : 1152000042
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Dr. Bambang Sigit Pramono, S.Sos.,M.Si
 Dosen Pembimbing II : Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA
 Judul Skripsi : STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG GRAMEDIA STORE SURABAYA

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	5 Feb 2024	Koreksi skripsi Judul, latar belakang		
	9/3-24	Penyempurnaan Format Penulisan		
	18/4-24	Bab I dan III Ate		
	27/4-24	teknik pendisain menyesuaikan template, kebanan dari peneliti terdahulu		
	23/4-24	Bab I, Bab II ACC. setelah perbaikan lanjut bab III		
	1/5-24	Ekronim - Artisan p. Hark		
	8/5-24	Temuan? Artisan Artisan		
	27/5-24	Penulisan		
	20/6-24	Revisi Bab IV dan V.		
	21/6-24	Validasi Bab IV, V. Ate		

Lampiran 5 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 : Muhammad Iqbal Setiawan

NIM : 1152000042

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 26 Juni 2024

Judul Skripsi : Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Gramedia Store di Royal Plaza Surabaya

Catatan Perbaikan:

- 1. Fokus Kesimpulan baru dipertajam ✓
- 2. Takikan Kesimpulan dari Pembahasan BAB IV ✓
 - uray tujun.
- 3. Huruf dan Ulesmukan Entri? penguji 1 ✓

Surabaya, 26 Juni 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

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

Lampiran 7 Lembar Perintah Revisi Penguji 3

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Iqbal Setiawan
NIM : 115200042
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 26 Juni 2024

Judul Skripsi : Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Gramedia Store di Royal Plaza Surabaya

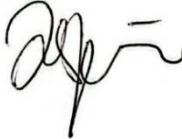
Catatan Perbaikan:

- Teknik pengumpulan data bisa plus dan angket.
- Informasi di perbaiki agar kesimpulan lebih mudah.

Surabaya, 4 Juni 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,


Wahyu Kusumono


Wahyu Kusumono

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