

LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara 1

Informan : Indri (Tim Marketing)

Peran	Hasil Wawancara
Penulis : Cindy	Bagaimana CV Rensa Wallpaper mengkomunikasikan brand nya kepada para konsumen?
Narasumber : Indri	Jadi, di CV Rensa Wallpaper mengkomunikasikan brand-nya kepada konsumen melalui berbagai strategi pemasaran yang terintegrasi. Pertama-tama, kami memanfaatkan media sosial sebagai platform utama untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Konten visual yang menarik dan inspiratif mengenai produk wallpaper kami diposting secara rutin, sehingga konsumen dapat melihat bagaimana produk kami dapat mempercantik ruangan mereka. Kami juga bekerja sama dengan konten kreator interior dan influencer untuk memperluas jangkauan brand kami. Melalui cara ini, kami dapat menunjukkan keunggulan produk kami dalam konteks yang lebih nyata, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap brand kami. Secara keseluruhan, pendekatan yang kami lakukan sangat berfokus pada membangun hubungan yang baik dengan konsumen serta memberikan nilai positif melalui informasi dan inspirasi.
Penulis : Cindy	Apakah tujuan dari kampanye iklan produk di CV Rensa Wallpaper?
Narasumber : Indri	Jadi, tujuan dari kampanye iklan produk ini itu sebenarnya cukup simpel. Kami ingin bikin orang-orang lebih aware sama produk yang kita jual. Kita pengen mereka tahu apa kelebihan produk kita dan kenapa mereka harus pilih kita dibandingkan yang lain. Selain itu, kita juga mau menarik perhatian pelanggan baru dan mendorong mereka untuk datang ke toko atau beli online. Intinya, kita mau bikin produk ini jadi top of mind mereka, supaya mereka ingat dan akhirnya memilih produk kita saat butuh. Kami ingin menggunakan kampanye ini sebagai alat untuk berinteraksi dengan konsumen melalui berbagai

	platform media sosial.
Penulis : Cindy	Apa saja platform yang digunakan oleh CV Rensa Wallpaper untuk periklanan?
Narasumber : Indri	Sebagai seorang marketing di Rensa Wallpaper, saya ingin menekankan betapa pentingnya periklanan dalam strategi pemasaran kami. Dalam dunia bisnis yang semakin pesat ini, kami menyadari bahwa mengandalkan produk berkualitas tinggi tidak cukup. Kami mulai berlangganan Meta Ads karena ingin menjangkau lebih banyak orang, khususnya mereka yang hanya aktif di media sosial. Dengan fitur penargetan yang tersedia, kami bisa menampilkan iklan kepada calon pelanggan yang memang tertarik dengan interior dan dekorasi rumah.
Penulis : Cindy	Jenis konten iklan apa yang efektif dalam menarik minat konsumen?
Narasumber : Indri	Dengan menggunakan analitik dari Meta Ads, kami bisa melihat mana iklan yang paling efektif dan melakukan penyesuaian. Misalnya, kami menemukan bahwa video pendek yang menunjukkan proses pemasangan produk interior, dan konten edukasi lebih menarik perhatian dibandingkan gambar statis, sehingga kami lebih fokus pada konten jenis ini.
Penulis : Cindy	Saluran <i>direct marketing</i> (pemasaran langsung) apa saja yang digunakan oleh CV Rensa Wallpaper dan mana yang lebih efektif?
Narasumber : Indri	Kami menyadari bahwa brosur bukan hanya alat promosi, tetapi juga cara untuk mengenalkan kepada calon customer tentang berbagai pilihan produk yang ada di Rensa Wallpaper. Saat kami melakukan sebar brosur di acara pameran dan di lokasi yang memang market nya, kami melihat peningkatan jumlah pengunjung ke toko kami. Selain itu penjualan langsung di toko memungkinkan kami untuk berinteraksi dengan konsumen secara lebih personal. Ketika mereka melihat dan merasakan kualitas produk secara langsung, kepercayaan mereka terhadap merek kami akan meningkat.
Penulis : Cindy	Bagaimana strategi CV Rensa Wallpaper dalam menjalankan metode Internet Marketing (pemasaran

	internet) agar menarik minat konsumen?
Narasumber : Indri	Strategi CV Rensa Wallpaper dalam <i>internet marketing</i> terutama fokus di dua platform, yaitu Instagram dan website. Di Instagram, kami rutin posting konten yang menarik, seperti foto dan video produk dengan desain yang estetik dan inspirasi dekorasi ruangan. Kami juga menggunakan fitur Stories untuk berbagi promo atau tips singkat tentang cara memilih wallpaper yang tepat. Interaksi dengan follower juga kami jaga, misalnya dengan menjawab komentar atau DM, supaya mereka merasa lebih terhubung dengan brand kami. Selain itu, kami juga memanfaatkan website sebagai pusat informasi. Di sana, pelanggan bisa melihat semua koleksi wallpaper yang kami tawarkan, dan produk interior lainnya. Kami juga menambahkan blog yang berisi artikel tentang tren desain interior dan tips pemasangan wallpaper, supaya pengunjung bisa mendapatkan informasi yang berguna. Dengan cara ini, website kami tidak hanya jadi tempat jualan, tapi juga sumber referensi bagi konsumen. Kami menyadari pentingnya visual dalam pemasaran. Konten gambar dan video yang kami buat tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga memberikan inspirasi kepada pelanggan tentang bagaimana menggunakan produk interior dalam desain mereka.
Penulis : Cindy	Jenis promosi penjualan apa saja yang telah digunakan untuk CV Rensa Wallpaper?
Narasumber : Indri	Di CV Rensa Wallpaper, kami telah mencoba berbagai jenis promosi penjualan untuk menarik perhatian konsumen. Salah satunya adalah program 'Buy 1 Get 1', di mana pelanggan bisa mendapatkan satu produk gratis ketika mereka membeli satu produk wallpaper. Ini sangat efektif untuk mendorong konsumen mencoba variasi produk yang kami tawarkan. Selain itu, kami juga sering memberikan diskon khusus pada produk tertentu. Diskon ini tidak hanya menarik minat pelanggan, tetapi juga meningkatkan penjualan. Kami juga menjalin kerja sama dengan konten kreator interior di

	media sosial. Dengan mengajak mereka untuk menggunakan produk kami dan membagikan pengalaman mereka, kami bisa menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek kami. Terakhir, kami menggunakan signage sebagai alat promosi di toko. Dengan tampilan visual yang menarik, signage ini membantu menarik perhatian pengunjung dan memberikan informasi produk yang dijual. Semua strategi ini kami gabungkan untuk menciptakan pengalaman belanja yang menarik bagi konsumen.
Penulis : Cindy	Wawancara : Bagaimana CV Rensa wallpaper menerapkan metode Publikasi atau Humas?
Narasumber : Indri	Kami punya beberapa cara untuk menerapkan metode publikasi dan humas yang cukup seru. Pertama-tama, Kami rutin untuk menulis artikel yang menarik dan informatif, sehingga pengunjung tidak hanya datang untuk berbelanja, tetapi juga untuk mendapatkan informasi. Ini membantu kami membangun citra sebagai ahli dalam bidang interior rumah. Artikel-artikel ini biasanya berisi tips tentang cara memilih wallpaper yang cocok untuk berbagai ruangan, tren dekorasi terbaru, dan ide-ide kreatif untuk mendekorasi rumah. Dengan memberikan informasi yang bermanfaat, kami tidak hanya memperkenalkan produk, tapi juga membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Selain itu, kami sangat menerima dan menghargai setiap kritik serta saran dari pelanggan. Kami selalu berusaha untuk merespons dengan cepat ketika ada masukan, baik itu di media sosial atau langsung. Kami percaya bahwa feedback itu sangat penting untuk perbaikan. Jadi, jika ada yang memberikan saran atau bahkan keluhan, kami akan tanggap dengan serius dan berusaha untuk memberikan solusi yang memuaskan. Ini membantu kami untuk menunjukkan bahwa kami peduli dan ingin memberikan yang terbaik bagi pelanggan. Dengan cara-cara ini, kami berharap bisa menjaga komunikasi yang baik dan membangun kepercayaan

	dengan konsumen kami.
Penulis : Cindy	Wawancara : Bagaimana penerapan metode <i>personal selling</i> pada CV Rensa Wallpaper?
Narasumber : Indri	Kami menganggap <i>personal selling</i> itu super penting, apalagi untuk follow-up pelanggan yang udah menunjukkan minat. Biasanya, kita kirim pesan atau telepon untuk ngobrol, tanya-tanya tentang apa yang mereka cari dan apakah ada yang mau ditanyakan. Selanjutnya, kita suka kirim catalog produk yang mereka cari, supaya mereka bisa lihat meskipun secara online. Itu bikin mereka lebih yakin buat memutuskan. Kita juga sering menawarkan untuk datang ke store kita, agar bisa lihat koleksi produk lainnya. Di situ, kita bisa kasih penjelasan lebih detail, dan kalau ada promo menarik, kita juga kasih tahu. Intinya, kita pengen bikin mereka merasa diperhatikan dan dihargai, bukan cuma sekadar menjual. Dengan cara ini, kita harap bisa menjalin komunikasi yang baik dan jangka panjang dengan pelanggan.

Lampiran 2. Transkrip Wawancara 2**Informan : Lena (Supervisor Sales Store)**

Peran	Hasil Wawancara
Penulis : Cindy	Bagaimana CV Rensa Wallpaper mengkomunikasikan brand nya kepada para konsumen?
Narasumber : Lena	Kami punya banyak cara untuk mengkomunikasikan brand kami kepada konsumen. Selalu berusaha menciptakan suasana yang ramah dan menyenangkan. Ketika pelanggan datang, kami menyambut mereka dengan hangat dan siap membantu menjawab semua pertanyaan tentang produk kami. Selain itu, kami aktif di media sosial. Kami suka berbagi foto, video inspiratif dari project yang menggunakan produk interior kami. Ini membuat mereka merasa lebih terhubung dengan brand kami. Jadi, intinya, kami berusaha untuk selalu dekat dengan pelanggan, baik secara langsung di toko maupun melalui platform online. Kami ingin mereka merasa bahwa CV Rensa Wallpaper bukan hanya sekadar tempat untuk membeli produk interior, tetapi juga sebagai sumber inspirasi untuk mempercantik rumah mereka.
Penulis : Cindy	Apakah tujuan dari kampanye iklan produk di CV Rensa Wallpaper?
Narasumber : Lena	Tujuan dari kampanye iklan produk ini adalah untuk bikin produk kita lebih dikenal di kalangan orang-orang. Kita pengen semua orang tahu tentang keunggulan produk ini dan apa yang bikin produk kita beda dari yang lain. Harapannya, dengan banyak yang tahu, makin banyak yang tertarik buat beli. Singkatnya, kita mau bikin produk ini jadi pilihan utama saat mereka butuh. Selain itu untuk meningkatkan visibilitas produk dalam penjualan dan menarik perhatian pelanggan yang datang ke toko. Melalui kampanye ini, kami ingin memberikan informasi yang jelas mengenai manfaat dan keunggulan produk, serta mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian. Selain itu, kampanye ini juga bertujuan untuk memperkuat citra merek kami di benak konsumen dan menciptakan pengalaman berbelanja yang positif, sehingga pelanggan merasa terhubung dan loyal terhadap produk kami.

Penulis : Cindy	Apa saja platform yang digunakan oleh CV Rensa Wallpaper untuk periklanan?
Narasumber : Lena	Jadi, di CV Rensa Wallpaper, kami menggunakan beberapa platform untuk periklanan. Yang utama sih kami fokus di media sosial, terutama Instagram, karena di situ banyak orang yang aktif dan bisa langsung lihat produk kami. Selain itu, kami juga memanfaatkan website resmi untuk mempromosikan koleksi produk interior terbaru dan untuk memudahkan para konsumen untuk menghubungi store terdekat.
Penulis : Cindy	Jenis konten iklan apa yang efektif dalam menarik minat konsumen?
Narasumber : Lena	Untuk jenis konten iklan yang efektif, menurut saya, konten visual itu paling menarik. Misalnya, foto-foto wallpaper yang estetik dan dipasang di interior yang menarik, itu bisa banget bikin orang tertarik. Selain itu, video pendek yang menunjukkan proses pemasangan produk interior atau transformasi ruangan juga sangat membantu. Konten yang edukatif, seperti tips memilih wallpaper yang cocok atau informasi tentang tren desain, juga bisa menarik perhatian. Jadi, kombinasi antara visual yang menarik dan informasi yang berguna itu kunci untuk menarik perhatian.
Penulis : Cindy	Saluran <i>direct marketing</i> (pemasaran langsung) apa saja yang digunakan oleh CV Rensa Wallpaper dan mana yang lebih efektif?
Narasumber : Lena	Di CV Rensa Wallpaper, kami menggunakan beberapa saluran <i>direct marketing</i> . Salah satunya adalah brosur, yang kami bagikan di area strategis dan juga di dalam toko. Brosur ini berisi informasi tentang produk dan promo-promo menarik yang kami tawarkan. Selain itu, kami juga melakukan penjualan langsung di toko. Ini jadi kesempatan bagi pelanggan untuk melihat langsung produk dan mendapatkan penjelasan dari tim kami. Interaksi langsung ini penting banget, karena pelanggan bisa tanya-tanya dan langsung merasakan kualitas wallpaper yang kami jual. Kami juga memanfaatkan broadcast WhatsApp untuk menginformasikan promo menarik. Dengan cara ini, kami bisa menjangkau pelanggan lebih cepat dan langsung ke ponsel mereka.

	Dari pengalaman saya, penjualan langsung di toko ini paling efektif, karena dapat interaksi langsung . Jadi, kombinasi dari ketiga saluran ini membantu kami menjangkau lebih banyak konsumen.
Penulis : Cindy	Bagaimana strategi CV Rensa Wallpaper dalam menjalankan metode Internet Marketing (pemasaran internet) agar menarik minat konsumen?
Narasumber : Lena	Sebagai SPV Sales Store di CV Rensa Wallpaper, kami terus mencari cara untuk menarik minat konsumen melalui <i>internet marketing</i> . Di Instagram, kami fokus pada konten visual yang menarik. Kami sering membagikan foto-foto produk wallpaper atau produk interior lainnya, memberikan inspirasi kepada konsumen. Di sisi lain, website kami dirancang dengan user-friendly, sehingga pengunjung dapat dengan mudah melihat berbagai koleksi wallpaper. Kami juga menambahkan blog yang memberikan tips dan trik dalam memilih wallpaper yang sesuai dengan gaya interior, sehingga pengunjung tidak hanya datang untuk berbelanja, tetapi juga mendapatkan informasi yang bermanfaat. Kedua platform ini saling melengkapi; Instagram menarik perhatian dan membangun <i>brand awareness</i> , sementara website berfungsi sebagai tempat bagi konsumen untuk melakukan pembelian dan mendapatkan informasi lebih lanjut.
Penulis : Cindy	Jenis promosi penjualan apa saja yang telah digunakan untuk CV Rensa Wallpaper?
Narasumber : Lena	Kami telah menjalankan berbagai jenis promosi penjualan yang cukup efektif. Kami aktif dalam melakukan kerja sama dengan konten kreator interior. Dengan melibatkan mereka, kami bisa mendapatkan rekomendasi produk yang lebih profesional, yang tentunya meningkatkan kepercayaan pelanggan. Kami menyadari bahwa banyak pelanggan yang mencari nilai lebih ketika berbelanja. Dengan menawarkan promo buy 1 get 1, kami tidak hanya memberikan insentif kepada pelanggan untuk membeli lebih banyak, tetapi juga membuat mereka merasa mendapatkan keuntungan yang lebih, potongan harga di beberapa wallpaper ready di store, serta terdapat signage sebagai alat promosi yang

	terpasang di luar store dengan mencantumkan beberapa produk interior yang banyak diminati calon konsumen dan beberapa promo produk. Hal ini untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik untuk datang langsung ke store.
Penulis : Cindy	Bagaimana CV Rensa wallpaper menerapkan metode Publikasi atau Humas?
Narasumber : Lena	Kami menerapkan metode publikasi dan humas dengan beberapa cara yang cukup menarik. Salah satunya, kami aktif membuat artikel di website perusahaan. Kami sering membagikan tips dan trik seputar dekorasi interior, termasuk bagaimana cara memilih wallpaper yang tepat untuk berbagai ruangan. Konten ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi pengunjung, tetapi juga meningkatkan visibilitas kami di mesin pencari. Selain itu, kami juga sangat responsif terhadap kritik dan saran dari pelanggan. Setiap kali ada feedback, baik positif maupun negatif, kami berusaha untuk menanggapi dengan cepat, baik, dan profesional. Kami percaya bahwa umpan balik dari pelanggan adalah salah satu cara terbaik untuk berkembang. Kami selalu merespons komplain dan saran dengan baik dan cepat, baik melalui media sosial maupun melalui secara langsung. Kami ingin customer merasa bahwa ada feedback yang baik dari kami after sales dan tetap dihargai. Dengan cara ini, kami bisa membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan dan menunjukkan bahwa kami peduli dengan pengalaman mereka.
Penulis : Cindy	Bagaimana penerapan metode <i>personal selling</i> pada CV Rensa Wallpaper?
Narasumber : Lena	Jadi, untuk penerapan metode <i>personal selling</i> di CV Rensa Wallpaper, Kami selalu berusaha untuk menghubungi pelanggan yang telah mengunjungi store dan yang telah menghubungi via Whatsapp, kami menanyakan apakah mereka tertarik dengan produk tertentu dan menawarkan konsultasi gratis untuk membantu mereka memilih desain yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Kami juga sering mengirimkan contoh produk, seperti catalog produk, agar pelanggan

	bisa melihat dan merasakan kualitasnya secara langsung. Selain itu, kami berusaha untuk mendengarkan dengan baik apa yang mereka inginkan, sehingga kami bisa memberikan rekomendasi yang tepat. Setelah itu, kami menawarkan untuk melakukan pertemuan tatap muka, baik di store atau survey ke lokasi customer. Di sana, kami bisa menjelaskan lebih detail tentang produk, mengukur bidang yang akan dipasang interior, dan memberikan penawaran khusus yang mungkin menarik bagi mereka. Dengan cara ini, kami tidak hanya menjual produk, tapi juga membangun hubungan baik dengan pelanggan, yang tentunya sangat penting untuk keberlangsungan perusahaan kami.
--	---

Lampiran 3. Transkrip Wawancara 3

Informan : Customer Rensa Wallpaper

Peran	Hasil Wawancara
Penulis : Cindy	Melalui apa anda mengetahui/mengenal keberadaan Rensa Wallpaper?
Narasumber : Stefani Margareta	Saya mulai mengenal dan memakai produk dari Rensa Wallpaper dengan datang langsung ke store karna kebetulan rumah saya dekat dari sini dan saya tertarik untuk masuk karena melihat spanduk diatas tulisan promo lantai vinyl dan buy 1 get 1 wallpaper, akhirnya saya membeli wallpaper promo tersebut. Dengan kualitas yang masih oke saya mendapatkan harga miring. Pelayanan yang diberikan juga cukup baik, dan ramah, memberikan rekomendasi yang sesuai seperti apa yang saya butuhkan. Jadi saya merasa puas dengan produk dan layanan dari Rensa Wallpaper.
Narasumber : Andika Atmaja Putra	Saya memakai produk Rensa Wallpaper dari 3 tahun yang lalu, karena saat itu saya mendapat project hotel untuk memasang vinyl 30 kamar. Kebetulan muncul iklan dari Rensa Wallpaper di Instagram saya. Lalu saya membuka profile Instagram nya dan Website untuk mencari tau lebih dalam mengenai Rensa Wallpaper. Setelah saya hubungi saya datang langsung ke toko untuk melihat produk yang akan saya beli dan ternyata produk nya bagus sesuai dengan yang saya cari dan saya mendapat potongan harga yang cukup lumayan karena membeli produk dengan jumlah banyak. Jadi sejak saat itu sampai sekarang jika ada project interior saya selalu ingat dan percaya dengan kualitas produk yang dimiliki Rensa Wallpaper serta pelayanan sales nya ramah dan telaten.
Penulis : Cindy	Bagaimana marketing Rensa Wallpaper saat melakukan penawaran kepada anda sebagai customer?
Narasumber : Stefani Margareta	Jadi, waktu itu saya lagi cari wallpaper buat rumah baru saya untuk kedua kalinya. Ketika saya menghubungi Rensa Wallpaper, mereka cepat banget merespons. Pertama, mereka nanya kebutuhan saya dan memberikan beberapa pilihan yang sesuai

	dengan motif yang saya inginkan. Mereka juga menjelaskan keunggulan setiap produk, seperti bahan yang digunakan, memadukan motif yang cocok, dan cara perawatannya. Untuk hasil pemasangan wallpaper nya juga suka karena rapi dan sangat detail. Saya merasa mereka sangat paham tentang produk yang mereka jual. Selain itu, mereka aktif menawarkan promo-promo menarik, seperti diskon untuk pembelian dalam jumlah tertentu dan gratis ongkos kirim. Ini bikin saya merasa kalau mereka benar-benar memperhatikan pelanggan. Selama proses konsultasi, mereka juga sabar menjawab semua pertanyaan saya dan memberikan rekomendasi yang sesuai. Saya merasa sangat diperhatikan sebagai customer. Secara keseluruhan, saya merasa penawaran dari Rensa Wallpaper sangat baik. Mereka tidak hanya menjual produk, tetapi juga membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, dan memberikan pelayanan yang baik selama ini.
Narasumber : Andika Atmaja Putra	Pengalaman saya dengan marketing Rensa Wallpaper itu cukup menarik. Setiap saya menanyakan suatu produk, mereka langsung menghubungi saya lewat telepon Nah, setelah itu, mereka mulai menjelaskan berbagai pilihan produk yang sesuai dengan apa yang lagi saya cari. Yang saya suka, mereka tidak hanya menjelaskan produknya, tapi juga menggambarkan bagaimana wallpaper itu bisa mengubah suasana di ruangan saya. Misalnya, mereka bilang, 'Dengan warna yang cerah, ruangan Anda bisa terasa lebih luas dan lebih cerah. Mereka juga menunjukkan beberapa contoh desain yang sedang populer, bahkan dikasih contoh proyek yang pernah mereka kerjakan. Melihat hasil nyata itu bikin saya lebih percaya. Dan, oh ya, mereka juga menawarkan promo menarik yang membuat harga jadi lebih bersahabat. Misalnya, kalau saya membeli beberapa roll sekaligus, ada potongan harga. Mereka melakukan follow-up yang sopan, memastikan saya tidak terburu-buru tapi juga tidak kelamaan memikirkan keputusan saya. Jadi,

	kesan yang saya dapat adalah mereka benar-benar peduli dengan kepuasan pelanggan dan tidak hanya fokus pada penjualan. Itu yang bikin saya merasa nyaman dan akhirnya memutuskan untuk selalu memakai produk dari Rensa Wallpaper.
Penulis : Cindy	Menurut anda sebagai konsumen bagaimana kah Rensa Wallpaper dalam membangun relasi dengan para konsumen?
Narasumber Stefani Margareta	Menurut saya, Rensa Wallpaper punya pendekatan yang sangat baik dalam membangun relasi dengan konsumen. Dari pengalaman saya, mereka tidak hanya sekedar menjual produk, tapi juga berusaha untuk membangun koneksi yang lebih personal. Misalnya, setelah saya membeli produk disitu, mereka menghubungi saya untuk menanyakan bagaimana pengalaman saya dengan produk tersebut. Mereka ingin tahu apakah saya puas atau ada yang perlu diperbaiki. Ini menunjukkan bahwa mereka benar-benar peduli dengan kepuasan pelanggan, dan bukan hanya fokus pada transaksi penjualan saja. Selain itu, mereka juga aktif di media sosial, sering membagikan tips dekorasi, ide desain, dan juga update produk baru. Mereka juga sering mengadakan promo atau, yang membuat konsumen merasa dihargai dan berkesempatan untuk mendapatkan sesuatu yang menarik. Saya juga suka bagaimana mereka merespons pertanyaan atau komentar dari konsumen. Tim mereka responsif dan ramah, jadi kalau ada yang ingin saya tanyakan, saya merasa nyaman untuk menghubungi mereka. Secara keseluruhan, saya merasa Rensa Wallpaper sukses dalam membangun relasi dengan konsumen. Mereka tidak hanya menjual wallpaper, tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan penuh perhatian, yang membuat saya ingin kembali lagi. Mereka tahu bahwa hubungan jangka panjang dengan pelanggan itu jauh lebih berharga daripada sekedar penjualan instan.
Narasumber : Andika Atmaja Putra	Rensa Wallpaper melakukan pekerjaan yang sangat baik dalam membangun relasi dengan konsumen.

	Dari awal interaksi, mereka sudah menunjukkan bahwa mereka mengutamakan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Misalnya, ketika saya pertama kali menghubungi mereka, mereka tidak hanya memberikan informasi tentang produk, tetapi juga mendengarkan apa yang saya cari dan memberikan rekomendasi yang tepat. Saya juga suka bagaimana mereka sering melakukan follow-up setelah penjualan. Beberapa minggu setelah pemasangan di project saya selesai, mereka menghubungi saya untuk menanyakan apakah semuanya berjalan baik dan apakah saya puas dengan hasilnya. Ini membuat saya merasa diperhatikan, seolah-olah mereka benar-benar peduli dengan pengalaman saya sebagai konsumen. Selain itu, Rensa Wallpaper memiliki program loyalitas yang menarik. Mereka sering memberikan diskon atau penawaran khusus untuk pelanggan yang kembali, yang membuat saya merasa dihargai dan termotivasi untuk berbelanja lagi. Mereka juga aktif dalam upload konten yang bermanfaat di platform media sosial, seperti tips perawatan interior, dan ide-ide dekorasi. Ini tidak hanya membuat saya lebih terlibat, tetapi juga memberi saya inspirasi untuk project dekorasi berikutnya. Secara keseluruhan, saya merasa Rensa Wallpaper sangat memahami pentingnya membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Mereka berusaha menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan, membuat saya merasa nyaman untuk kembali lagi dan merekomendasikan mereka kepada teman-teman saya.
Penulis : Cindy	Apakah melalui internet ini anda merasa dimudahkan saat berbelanja di Rensa Wallpaper saat ingin membeli produknya ?
Narasumber : Stefani Margareta	Ya, saya merasa sangat dimudahkan saat berbelanja di Rensa Wallpaper melalui internet. Website mereka dirancang dengan sangat baik. Navigasinya mudah, dan saya bisa dengan cepat menemukan kategori produk yang saya cari tanpa harus bingung. Saya suka bagaimana mereka menyajikan gambar-gambar

	produk yang jelas dan detail, jadi saya bisa melihat motif dan pola produk yang sedang saya cari dengan baik sebelum memutuskan untuk membeli. Selain itu, mereka juga menyediakan deskripsi yang lengkap tentang setiap produk, termasuk ukuran, bahan, dan cara pemasangannya. Ini membantu saya untuk memahami apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan saya. Saya juga suka fitur kalkulator online nya yang terdapat di website mereka tinggal memasukkan ukuran lebar dan tinggi sudah bisa mengetahui untuk jumlah kebutuhannya tanpa harus mengira ngira. Proses pembeliannya juga sangat mudah. Setelah memilih produk yang saya inginkan, saya bisa langsung konfirmasi melalui Whatsapp dan melanjutkan ke pembayaran. Mereka menawarkan beberapa opsi pembayaran yang membuatnya lebih fleksibel. Dan yang paling saya hargai, mereka memberikan estimasi waktu pengiriman yang jelas jadi saya tahu kapan barang saya akan sampai, dan free ongkir untuk pengiriman area Surabaya jika pembelian tidak dengan jumlah yang banyak. Selain itu, saya juga merasa aman bertransaksi di sana karena mereka punya sistem keamanan yang baik. Saya tidak khawatir tentang data pribadi saya saat berbelanja online. Dan jika ada pertanyaan atau masalah, customer service mereka sangat responsif. Saya pernah menghubungi mereka melalui chat dan mereka langsung membantu menjawab pertanyaan saya dengan cepat. Secara keseluruhan, pengalaman berbelanja online di Rensa Wallpaper sangat menyenangkan dan tanpa hambatan. Mereka benar-benar memanfaatkan teknologi untuk menciptakan pengalaman belanja yang nyaman, dan itu membuat saya lebih suka berbelanja di sana dibandingkan tempat lain.
Narasumber : Andika Atmaja Putra	Jelas banget! Belanja di Rensa Wallpaper melalui online/internet itu sangat memudahkan. Saya suka karena meskipun saya posisi berada di luar kota saya masih bisa memilih macam-macam produknya seperti yang saya cari dengan melihat catalog online

	nya tanpa harus datang langsung ke store nya. Satu hal yang saya apresiasi adalah banyaknya pilihan yang tersedia di website dan media sosial mereka. Dari berbagai motif, warna, hingga ukuran, semuanya ada. Saya bisa dengan mudah membandingkan beberapa desain yang saya suka tanpa harus repot. Dan kalau saya lagi bingung, mereka punya fitur 'produk yang direkomendasikan' yang membantu saya menemukan pilihan yang mungkin saya lewatkan. Yang juga menarik, mereka sering mengupdate koleksi terbaru dan promo-promo menarik. Jadi, setiap kali saya cek website dan media sosialnya, rasanya selalu ada sesuatu yang baru untuk dilihat. Proses pemesanan juga sangat mudah, saya hanya perlu memasukkan alamat dan pembayaran bisa melalui transfer rekening, dan semua itu bisa dilakukan dalam hitungan menit. Ketika saya melakukan pemesanan, mereka mengirimkan konfirmasi melalui pesan di Whatsapp yang membuat saya merasa tenang. Dan waktu pengirimannya juga terbilang cepat. Saya ingat waktu itu saya dapat paket saya dalam beberapa hari, dan semua barangnya datang dengan aman. Dengan itu, belanja online di Rensa Wallpaper bikin saya merasa terjamin dan nyaman. Mereka benar-benar memanfaatkan teknologi untuk memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan dan efisien.
--	--

Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara

Informan kunci 1 (Indri) Tim Marketing



Informan kunci 2 (Lena) Kepala Toko Sales Store



Informan pendukung (Stefani Margareta) Customer Rensa**Informan Pendukung (Andika Atmaja Putra) Customer Rensa**

Lampiran 5. 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 : fsiip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Cindy Maulidia
 NBI : 1152000389
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom
 Dosen Pembimbing II : Maulana Arief, S. Sos., M. I. Kom
 Judul Skripsi : IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA CV RENSA WALLPAPER

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	18/24/04	Revisi Jurnal Dikm	<i>[Signature]</i>	
2.	18/04	Revisi USM I & karyakarya		<i>[Signature]</i>
3.	22/04	Fokus Cpm & BACA Buku	<i>[Signature]</i>	
4.	24/24/04	ACC sedang Progress * Menyelesaikan Revisi		<i>[Signature]</i>
5.	01/24/05	Memperkuat Teori		<i>[Signature]</i>
6.	08/05	Mencari data Strategi yg dibutuhkan		<i>[Signature]</i>
7.	22/24/05	Membuat Daftar Pertanyaan		<i>[Signature]</i>
8.	30/24/09	Memperkuat fokus Penelitian pada Strategi komunikasi		<i>[Signature]</i>
9.	14/24/10	Memperkuat kerangka pemikiran		<i>[Signature]</i>



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

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
10	25/11/24	Melanjutkan BAB 4 dan Penelitian		<i>Mh</i>
11	02/12/24	Stor Hasil wawancara		<i>Mh</i>
12	05/12/24	Revisi BAB 4		<i>Mh</i>
13	09/12/24	Revisi BAB 4		<i>Mh</i>
14	16/12/24	Revisi BAB 4 & 5		<i>Mh</i>
15	17/12/24	ACC Sidang Skripsi		<i>Mh</i>

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 17-12-24

Dosen Pembimbing I

M. N. N. N.
 17/12/24

(.....)

Dosen Pembimbing II,

Mh
 17/12/24
 (Wawancara &.....)

Lampiran 6. Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 1

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Cindy Maulidia
NIM : 1152000389
Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 20 Desember 2024
Judul Skripsi : Strategi Marketing Komunikasi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada CV Rensa Wallpaper

Catatan Perbaikan:

*Revisi Bab 1 sesuai format yg. Diter. d. dosen
Silahkan - plg*

Surabaya, 13 Januari 2025
Persetujuan Dosen Penguji. Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Maula
maulana k-r ST

Maula
maulana k-r ST 20/12

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

Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 2

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Cindy Maulidia
NIM : 1152000389
Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 20 Desember 2024
Judul Skripsi : Strategi Marketing Komunikasi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada CV Rensa Wallpaper

Catatan Perbaikan:

perbaiki sendi catu.

Surabaya, 12 Januari 2025
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


M. Masduki

Revisi dari Dosen Penguji,


M. Masduki

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

Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 3

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Cindy Maulidia
NIM : 1152000389
Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 20 Desember 2024
Judul Skripsi : Strategi Marketing Komunikasi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada CV Rensa Wallpaper

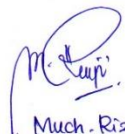
Catatan Perbaikan:

- Perbaiki kerangka pemikiran.
- Perbaiki substansi penulisan.

Surabaya, 20.12.2024.
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,


Much. Rizqi


Much. Rizqi

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

Lampiran 7. Hasil Turnitin

Skripsi			
ORIGINALITY REPORT			
15%	14%	5%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	123dok.com Internet Source	3%	
2	jurnal.utu.ac.id Internet Source	1%	
3	repository.ump.ac.id Internet Source	1%	
4	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%	
5	eprints.binus.ac.id Internet Source	1%	
6	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1%	
7	Elis Yulianti, Mulfi Sandi Yuda. "Strategi Integrated Marketing Communications Terhadap Visiting Tourism Destination Intention Pada Destinasi Wisata Situ Gunung Suspension Bridge Sukabumi Oleh PT. Fontis Aquam Vivam", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024 Publication	<1%	

8	Ana Munawaroh, Listri Herlina. "Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Vaseline (Studi pada Pengguna Body Lotion Vaseline di TikTok Shop)", Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis, 2024 Publication	<1 %
9	denydwilestari2.blogspot.com Internet Source	<1 %
10	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
11	toffeedev.com Internet Source	<1 %
12	jurnal.umb.ac.id Internet Source	<1 %
13	moam.info Internet Source	<1 %
14	id.123dok.com Internet Source	<1 %
15	Submitted to Universitas Sains Alquran Student Paper	<1 %
16	docplayer.info Internet Source	<1 %
17	repository.unsri.ac.id Internet Source	<1 %

18	Iranita Iranita. "Analisis Pengaruh Brand Equity Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Dan Word Of Mouth (Studi Kasus Batik Gonggong Tanjungpinang)", Bahtera Inovasi, 2019 Publication	<1 %
19	Ni Made Dhyana Astikarani, Yasa Widya Purnama I Komang. "PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EFEKTIF DAN INOVATIF UNTUK MENARIK KONSUMEN UMKM", Waisya : Jurnal Ekonomi Hindu, 2024 Publication	<1 %
20	www.akurat.co Internet Source	<1 %
21	core.ac.uk Internet Source	<1 %
22	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
23	id.scribd.com Internet Source	<1 %
24	repository.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
25	aliflukmanulhakim.wordpress.com Internet Source	<1 %
artikelpendidikan.id		

26	Internet Source	<1 %
27	e-jurnal.lppmunsera.org Internet Source	<1 %
28	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
29	hilru.blogspot.com Internet Source	<1 %
30	repository.ummat.ac.id Internet Source	<1 %
31	repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %
32	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
33	Angelin Gunardi. "Analisi Brand Ambassador Vidi Aldiano dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk 'Somethinc' di Watsons Surabaya", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2024 Publication	<1 %
34	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %
35	Ni Putu Limarandani, Zahra Aurelia Alvitri, Ratih Kurnia Hidayati, Dwi Kristi Mardiana. "Penerapan Strategi Public Relations Melalui	<1 %

Penjualan Tiket Konser Dalam Menjaga Citra
Tiket.Com Di Indonesia", Cakrawala - Jurnal
Humaniora, 2024

Publication

-
- | | | |
|----|--|------|
| 36 | <p>Rachel Dyah Wiastuti, Sarrah Kimberlee.
"Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap
Keputusan Pembelian di Simetri Coffee
Roaster Puri, Jakarta", Jurnal Pariwisata, 2018</p> <p>Publication</p> | <1 % |
|----|--|------|
-
- | | | |
|----|--|------|
| 37 | <p>Syahwa Ramadhan, Acep Samsudin.
"PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN HOLYCOW!
STEAKHOUSE BY CHEF AFIT SURABAYA", JMBI
UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan
Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 2024</p> <p>Publication</p> | <1 % |
|----|--|------|
-
- | | | |
|----|--|------|
| 38 | <p>ejournal.ap.fisip-unmul.ac.id</p> <p>Internet Source</p> | <1 % |
|----|--|------|
-
- | | | |
|----|--|------|
| 39 | <p>elfianpermana010.blogspot.com</p> <p>Internet Source</p> | <1 % |
|----|--|------|
-
- | | | |
|----|--|------|
| 40 | <p>eprints.mercubuana-yogya.ac.id</p> <p>Internet Source</p> | <1 % |
|----|--|------|
-
- | | | |
|----|--|------|
| 41 | <p>eprints.perbanas.ac.id</p> <p>Internet Source</p> | <1 % |
|----|--|------|
-
- | | | |
|----|--|------|
| 42 | <p>etheses.uin-malang.ac.id</p> <p>Internet Source</p> | <1 % |
|----|--|------|
-

43	jurnal.peneliti.net Internet Source	<1 %
44	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %
45	nurhudadwinugroho.wordpress.com Internet Source	<1 %
46	opengovasia.com Internet Source	<1 %
47	repository.stei.ac.id Internet Source	<1 %
48	technobusiness.id Internet Source	<1 %
49	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
50	wytaaaa.wordpress.com Internet Source	<1 %
51	Muhammad Amir Anshori. "Dampak Brand Awareness dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Ayam Geprek Sako", Jurnal Minfo Polgan, 2023 Publication	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Lampiran 8. Surat Keterangan Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
 Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
 Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 970/K/LOD/XII/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.IKom., M.IKom
 NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Cindy Maulidia
 NBI : 1152000389

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini diberikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 18 Desember 2024

Mengetahui
 Kepala Lab. Otonomi Daerah,



Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

Moh. Dey Prayogo, S.IKom., M.IKom