

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, I., & Hidayat, R. (2021). Tinjauan Aktivitas Sosial Media Marketing Instagram Pada Mpone Stationery Di Lampung Tahun 2021. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(5), 1098.
https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/171678/jurnal_eproc/tinjauan-aktivitas-sosial-media-marketing-instagram-pada-mpone-stationerydi-lampung-tahun-2021.pdf
- Dr. H. Zuchri Abdussamad. S.I.K. M.Si. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. In *Вестник Росздравнадзора* (Vol. 4, Issue 1).
- Firmansyah. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Hamzah, R. E., Manogari, R. R., & Shabrina, R. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Komunikata57*, 1(1), 50–59. <https://doi.org/10.55122/kom57.v1i1.119>
- Hudaya, D. T. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Telkomsel dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: Program Rezeki Combo Sakti Telkomsel periode Oktober - Desember 2021). *Jurnal Magenta, STMK Trisakti*, 6(1), 910–921.
- Ii, B. A. B. (2015). *931353515_Bab2*. 13–27.
- Ii, B. A. B., Teori, K., & Konsep, D. A. N. (n.d.). *Strategi Komunikasi Kom...*, Eldorado Aluzio A., Universitas Multimedia Nusantara.
- Keller, K. dan, & (2016). (2016). *Sufandy, Analisis dan Penerapan Bauran Promosi Pada Toko Adore Batam, 2019*.
- Kudus, I. (2003). *Bab ii kerangka konseptual*. 02, 6–12.
- Manik Pratiwi, A. A. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73–81.

<https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.179>

Najib Zahro'u. (2021). *Kelebihan Instagram Sebagai Media Promosi Dibanding Platform Lain*. 9 Maret. <https://kampusdosenjualan.com/kelebihaninstagram-sebagai-media-promosi/>

Nurdian, G. (2022). *Data E-commerce Indonesia 2022 (2 Tahun Pandemi)*.
<https://grahanurdian.com/data-e-commerce-indonesia-2022/?amp=1>

Pasla, B. N. (2023). *Marketing Mix: Konsep 4P dan 7P*.
<https://bnp.jambiprov.go.id/marketing-mix-konsep-4p-dan-7p-berikutcontohnya/>

Priansah, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*.
[chromeextension://efaidnbmnmnibpcajpcglclefindmkaj/http://eprints.mercubu-anayogya.ac.id/id/eprint/5008/3/BAB II.pdf](chromeextension://efaidnbmnmnibpcajpcglclefindmkaj/http://eprints.mercubu-anayogya.ac.id/id/eprint/5008/3/BAB%20II.pdf)

Rasyid, A. A., & Batam. (2020). Pemanfaatan Instagram Oleh Generasi Milenial Sebagai Media. *Jurnal Ekonomi, Sosial & ...*, 01(July), 1–8.
<https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/185%0Ahttps://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/download/185/127>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

Sutiani, L. (n.d.). *Memahami Pengertian Targeting Dalam Pemasaran*.
<https://compas.co.id/article/targeting-dalam-pemasaran/>

Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April).

LAMPIRAN

LAMPIRAN I
PEDOMAN WAWANCARA

PEDOMAN WAWANCARA
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @SYAA.LISTT DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS

NARASUMBER : KEY INFORMANT (OWNER @SYAA,LISTT)

Bauran Komunikasi Pemasaran 4P

A. Price

1. Bagaimana Strategi Penetapan harga yang ditetapkan @syaa.listt?
2. Apa saja pertimbangan yang diambil oleh @syaa.listt dalam menentukan harga penjualan produk
3. Bagaimana respon dari konsumen dan calon konsumen dengan penetapan harga yang dibuat oleh @syaa.listt?
4. Bagaimana @syaa.listt menentukan harga promo dari produk yang sedang dipromosikan?

B. Promotion

5. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh @syaa.listt untuk memperkenalkan produknya ke konsumen lewat social media instagram, facebook, X, whatsApp, dan lain lain?
6. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh @syaa.listt untuk mempromosikan produknya ke konsumen lewat social media instagram, facebook, X, whatsApp, dan lain lain?
7. Dalam membuat materi promo, karakteristik apa yang ingin dibuat dan disampaikan kepada konsumen @syaa.listt untuk dapat dikenal luas dan diingat baik oleh calon konsumen dan konsumennya?
8. Bagaimana @syaa.listt membuat strategi promo ketika tanggal cantik (11.11 / 12.12) atau periode harbolnas untuk membuat konsumen kembali berbelanja di @syaa.listt?
9. Bagaimana promosi yang dilakukan @syaa.listt selama ini?
10. Apa saja promosi yan dilakukan @syaa.listt untuk mempertahankan loyalitas konsumen?

C. Product

11. Produk apa saja yang dijual oleh @syaa.listt?
12. Bagaimana pemilihan produk yang akan dijual di @syaa.listt?
(seperti pemilihan bahan baku dan kualitas)

13. Apakah kualitas produk yang diberikan @syaa.listt sudah cukup baik?
14. Bagaimana @syaa.listt menjelaskan keunggulan dari produknya?
15. Bagaimana strategi @syaa.listt mempertimbangkan dalam membuat produknya sehingga mampu membuat konsumen beli produknya kembali (loyal)?

D. Place

16. Bagaimana strategi @syaa.listt dalam menentukan Lokasi penjualan agar mampu diakses dengan mudah oleh konsumen dan calon konsumen?
17. Apa saja tantangan yang dihadapi @syaa.listt dalam menjalankan oprasional dengan tidak adanya toko offline?

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @SYAA.LISTT DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN

NARASUMBER : INFORMAN (PELANGGAN @SYAA.LISTT)

Bauran Komunikasi Pemasaran 4P

A. Price

1. Bagaimana menurut anda harga penjualan di @syaa.listt?
2. Apakah harga penjualan di @syaa.listt cukup kompetitif?
3. Apakah pertimbangan anda membeli produk di @syaa.lisst karena harganya?

B. Promotion

4. Seberapa efektif menurut Anda promosi yang dilakukan oleh @syaa.listt di media sosial dalam menarik perhatian Anda?
5. Jenis konten promosi apa yang paling menarik bagi Anda ketika melihat postingan @syaa.listt di Instagram?

C. Product

6. Apa yang membuat Anda tertarik untuk membeli bento cake dari @syaa.listt?
7. Apakah Anda merasa produk yang ditawarkan memenuhi harapan Anda dalam hal kualitas dan variasi?

D. Place

8. Apakah Anda merasa mudah untuk melakukan pemesanan bento cake dari @syaa.listt?
9. Bagaimana pengalaman Anda dalam proses pengiriman produk dari @syaa.listt? Apakah tepat waktu dan memuaskan?

LAMPIRAN II
TRANSKIP WAWANCARA

TRANSKIP WAWANCARA

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @SYAA.LISTT DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN

A. Jadwal Wawancara

1. Tanggal : 27 Juli 2024
2. Waktu mulai dan selesai : 19.00 wib sampai 19.20 wib

B. Identitas Informan

3. Nama : Keisya Sabrina Tsaqib
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Status : Owner @syaa.listt

NO	TRANSKIP WAWANCARA
1.	<p>P : Sebelumnya perkenalkan nama saya Widyana Ika Wulandari dari Universitas Muhammadiyah Tangerang jurusan Ilmu Komunikasi. Izin meminta waktunya untuk bisa saya wawancarai seputar @syaa.listt guna memenuhi data penelitian saya. Sebelumnya saya berbicara dengan ka?</p> <p>KS : Baik ka, dengan saya Keisya Sabrina</p>
2.	<p>P : Baik, terima kasih ka keisya. Pertanyaan pertama saya ingin bertanya Bagaimana Strategi Penetapan harga yang ditetapkan @syaa.listt? KS</p> <p>KS : @syaa.listt menetapkan harga produk dengan mempertimbangkan kualitas bahan baku yang dipakai , ukuran kue, dan daya tarik produk ya. @syaa.listt juga melakukan survei pasar yang memastikan harganya masih affordable, jadi gak kemahalan dan juga gak kemurahan.</p>
3.	<p>P : Apa saja pertimbangan yang diambil oleh @syaa.listt dalam menentukan harga penjualan produk?</p> <p>KS : Pasti kita ngitung dari biaya bahan baku, biaya operasional, harga pesaing, dan juga feedback dari para konsumen. jadi @syaa.listt juga mempertimbangkan segmentasi pasar untuk menentukan harga yang sesuai.</p>

4.	<p>P : Bagaimana respon dari konsumen dan calon konsumen dengan penetapan harga yang dibuat oleh @syaa.listt?</p> <p>KS : Alhamdulillah si sejauh ini respon konsumen itu positif ya, terutama harganya itu eeee sebanding sama hasilnya jadi bikin konsumen puaslah karena ada harga ada kualitas.</p>
5.	<p>P : Bagaimana @syaa.listt menentukan harga promo dari produk yang sedang dipromosikan?</p> <p>KS : Eemm kebetulan sejauh ini @syaa.listt belum pernah ada promo gitu sih, jadi @syaa.listt gak pernah ngadain promo.</p>
6.	<p>P : Bagaimana strategi yang dilakukan oleh @syaa.listt untuk memperkenalkan produknya ke konsumen lewat social media?</p> <p>KS : @syaa.listt itu biasanya posting-posting foto hasil dari pesanan konsumennya trus bikin video-video juga yang di post ke instagram, tikok, juga ke whatsapp jadi menarik perhatian konsumen gitu sih</p>
7.	<p>P : Bagaimana strategi yang dilakukan oleh @syaa.listt untuk mempromosikan produknya?</p> <p>KS : Biasanya @syaa.listt itu cuma posting-posting konten aja si sama kaya pertanyaan sebelumnya, ajdi @syaa.listt cuma posting-posting konten dari foto, video di tiktok, instagram, sama di whatsapp aja. jjadi paling itu sih yang jadi strategi mempromosikan produk @syaa.list</p>
8.	<p>P : Dalam membuat materi promo, karakteristik apa yang ingin dibuat dan disampaikan kepada konsumen?</p> <p>KS : Eeemm kebetulan @syaa.listt gak ada promo ka</p>
9.	<p>P : Bagaimana @syaa.listt membuat strategi promo ketika tanggal cantik atau periode harbolnas?</p> <p>KS : Jadi alasan @syaa.listt ga ngadain promo contohnya promo tanggal cantik gitu jadi misalnya kita promoin tanggal cantik 1.1 kan gak semua orang itu butuh kue ditanggal 1 Januari itu jadi @syaa.listt gak ada promo kaya gitu karena di tanggal yang sama itu belum tentu semua orang tuh pengen eeee mesen kue di hari yang sama itu loh.</p>

10.	<p>P : Bagaimana promosi yang dilakukan @syaa.listt selama ini?</p> <p>KS : Promosi yang dilakukan itu cuma melalui postingan di media sosial aja sih kaya di tiktok untuk video-videonya trus ada di instagram postingan foto, video di story gitu, trus juga ada di whatsapp itu video sama foto-foto kue aja sih paling sejauh ini sih cuma itu aja.</p>
11.	<p>P : Apa saja promosi yang dilakukan @syaa.listt untuk mempertahankan loyalitas konsumen?</p> <p>KS : Paling @syaa.listt tuh mempertahankan kualitas produknya sih ya biar konsumen tuh gak kecewa sama hasilnya trus juga @syaa.listt juga menomor satukan pelayanan untuk konsumen supaya konsumennya puas kalau ada komplek bisa langsung dikomunikasikan jadi ada jalan keluarnya gitu.</p>
12.	<p>P : Produk apa saja yang dijual di @syaa.listt?</p> <p>KS : untuk sekarang ini @syaa.listt jual bento cake, korean cake, milkbun, dessert box, cheesecuit eee dan ada juga thai tea untuk minumannya</p>
13.	<p>P : Bagaimana pemilihan produk yang akan dijual di @syaa.listt? KS : Kalo pemilihan produk ee mungkin @syaa.listt mengikuti trend ya, jadi misal ada yng viral kaya kemarin milkbun thailand viral jadi eee @syaa.listt mencoba untuk membuat itu, mengikuti trend pasar yang ada gitu dan menggunakan kualitas bahan baku yang baik pastinya.</p>
14.	<p>P : Apakah kualitas produk yang diberikan @syaa.listt sudah cukup baik?</p> <p>KS : Sebenarnya itu relatif ya, tapi menurut say apribadi sudah cukup baik karena dengan harga yang murah tapi sudah bisa dapat gambar yang sesuai dan baan baku yang digunakan juga sudah premium jadi kalau menurut saya sendiri itu untuk kualitas produk tidak perlu di ragukan lagi</p>
15.	<p>P : Bagaimana @syaa.listt menjelaskan keunggulan dari produknya?</p>

	<p>KS : Mungkin bisa dilihat dari postingan-postingan di sosial media kita ya, di lihat dari kue yang custom tuh sangat sesuai dengan keinginan customer dengan testimoni dari pelanggan yang puas, pokoknya bisa dilihat di postingan kita di sosial media.</p>
16.	<p>P : Bagaimana strategi @syaa.listt mempertimbangkan dalam membuat produknya sehingga mampu membuat konsumen beli produknya kembali?</p> <p>KS : Pastinya @syaa.listt mempertimbangkan inovasi produknya ya kualitas konsisten juga dan pengalaman pelanggan yang positif untuk mendorong pembelian ulang</p>
17.	<p>P : Bagaimana strategi @syaa.listt dalam menentukan lokasi penjualan agar mampu diakses dengan mudah oleh konsumen?</p> <p>KS : Ka sejauh ini kan @syaa.listt cuma jualan di online ya jadi gak ada toko fisiknya gitu, jadi @syaa.listt ee menggunakan sosial media untuk menjangkau konsumen yang luas gitu trus untuk lokasinya itu paling di daerah-daerah tangerang aja sama jakarta barat jadi gak semuanya itu bisa dikirim ke luar kota gitu jadi cuma khusus tangerang, tangerang raya, dan jakarta barat aja</p>
18.	<p>P : Apa saja tantangan yang dihadapi @syaa.listt dalam menjalankan operasional dengan tidak adanya toko offline?</p> <p>KS : Pastinya itu sih apa namanya kalau gak ada toko offline kan jadinya pembeli gak bisa lihat langsung kue kita secara gimana sih hasil kuenya secara realnya gak bisa di lihat sama orang kalau kita gak punya toko. jadi kalau misalnya menurut aku tuh gak punya toko itu apa ya jadi orang tuh jadi susah gitu mau liat real atau mau ready stok langsung lihat dan beli itu susah</p>
19.	<p>P : Baik tadi pertanyaan terakhir ka, terima kasih atas sudah mau meluangkan waktunya untuk bisa saya wawancarai. Kurang lebihnya mohon maaf ya ka</p> <p>KS : Dengan senang hati ka</p>

TRANSKIP WAWANCARA

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @SYAA.LISTT DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN

A. Jadwal Wawancara

1. Tanggal : 27 Juli 2024
2. Waktu mulai dan selesai : 20.30 wib sampai 20.45 wib

B. Identitas Informan

3. Nama : Azka Farid Ramadhan
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
5. Status : Pelanggan @syaa.listt

NO	TRANSKIP WAWANCARA
1.	<p>P : Sebelumnya perkenalkan nama saya Widyana Ika Wulandari dari Universitas Muhammadiyah Tangerang Jurusan Ilmu Komunikasi. Saya izin meminta waktunya untuk bisa saya wawancarai seputar @syaa.listt. dengan siapa saya berbicara?</p> <p>AF : Boleh mba, nama saya Azka Farid Ramadhan</p>
2.	<p>P : Bagaimana menurut Ka Azka dengan harga penjualan di @syaa.listt?</p> <p>AF: Kalau untuk penjualan ya okelah bisa bersaing sama tokotoko lain</p>
3.	<p>P : Apakah harga penjualan di @syaa.listt cukup kompetitif?</p> <p>AF : Cukup si, cukup menyaingilah maksudnya sama tokotoko kue ulang tahun yang lainnya. cukup kompetitif</p>
4.	<p>P : Apa pertimbangan Ka Azka membeli produk di @syaa.listt karena harganya?</p> <p>AF : Itu salah satunya mba, eee cuma ada juga karena desainnya yang lucu-lucu sama harga sih paling</p>

5.	<p>P : Seberapa efektif menurut Ka Azka promosi yang dilakukan oleh @syaa.listt di media sosial dalam menarik perhatian Ka Azka?</p> <p>AF : eee sebenarnya sudah cukup menarik buat di instagramnya ya tapi eee kurang sering ngepostnya lah, bisa kali seminggu cuma 4/5 kali ya lebih baikkan tiap hari ya</p>
6.	<p>P : Jenis konten promosi apa yang paling menarik bagi Ka Azka ketika melihat postingan @syaa.listt di Instagram? AF : eee konten videonya yang lagi di outdoor gitu trus ngeliatin kuenya</p>
7.	<p>P : Apa yang membuat Ka Azka tertarik untuk membeli bento cake dari @syaa.listt?</p> <p>AF : Ya itu tadi pertama desainnya sama trus detailnya ya, namanya kita pembeli ya perhatiin juga lah detail-detailnya sama paling harga si mba</p>
8.	<p>P : Apa Ka Azka merasa produk yang ditawarkan memenuhi harapan Ka Azka dalam hal kualitas dan variasi?</p> <p>AF : Ya untuk eee ya gimana yaa cukup dapetlah sesuai ekspektasii saya lah, ketika saya pesen kira-kira begini eh taunya bener</p>
9.	<p>P : Apakah Ka Azka merasa mudah untuk melakukan pemesanan bento cake dari @syaa.listt?</p> <p>AF : Untuk pemesanan di @syaa.listt cukup mudah sih mba</p>
10.	<p>P : Bagaimana pengalaman Ka Azka dalam proses pengiriman produk dari @syaa.listt? Apakah tepat waktu dan memuaskan?</p> <p>AF : Kalau saya saran lebih baik minta adminnya buat anterin dibanding ojol, soalnya kalo ojol cuma satu orang yang bawa kuenya, kalau kue gede resiko rusaknya lebih parah jadi lebih baik minta ke adminnya aja buat anterin</p>

11.	<p>P : Baik tadi pertanyaan saya yang terakhir, emm terima kasih karena Ka Azka sudah mau meluangkan waktunya untuk di wawancarai seputar @syaa.listt, kurang lebihnya saya mohon maaf</p> <p>AF : Iya sama-sama mbaa</p>
-----	---

TRANSKIP WAWANCARA

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @SYAA.LISTT DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN

C. Jadwal Wawancara

6. Tanggal : 27 Juli 2024
7. Waktu mulai dan selesai : 16.30 wib sampai 16.45 wib

D. Identitas Informan

8. Nama : Rizka Hardani
9. Jenis Kelamin : Perempuan
10. Status : Pelanggan @syaa.listt

NO	TRANSKIP WAWANCARA
1.	<p>P : Sebelumnya perkenalkan nama saya Widyana Ika Wulandari dari Universitas Muhammadiyah Tangerang Jurusan Ilmu Komunikasi. Saya izin meminta waktunya untuk bisa saya wawancarai seputar @syaa.listt. dengan siapa saya berbicara?</p> <p>RH : Iya boleh ka, nama saya Rizka Hardani</p>
2.	<p>P : Bagaimana menurut Ka Rizka dengan harga penjualan di @syaa.listt?</p> <p>RH : eemm saya merasa harga penjuallan di @syaa.listt itu udah cukup bagus ya soalnya dari kualitas produk yang ditawarkan juga, meskipun ada produk lain yang mungkin ada yang lebih murah tapi saya tetep percaya sama kualitas bento cake di @syaa.listt ini</p>
3.	<p>P : Apakah harga penjualan di @syaa.listt cukup kompetitif?</p> <p>RH : Cukup kompetitif</p>
4.	<p>P : Apa pertimbangan Ka Rizka membeli produk di @syaa.listt karena harganya?</p>

	<p>RH : Harga emang jadi salah satu eee pertimbangan ya tapi yang lebih penting untuk saya adalah kualitas dan rasanya apalagi kan eee banyak banget karakter-karakter yang dipajang di ig storynya gitu, jadi itu buat saya minat si</p>
5.	<p>P : Seberapa efektif menurut Ka Rizka promosi yang dilakukan oleh @syaa.listt di media sosial dalam menarik perhatian Ka Rizka?</p> <p>RH : Promosi di media sosial bento cake @syaa.listt ini eee efektif, saya sering banget lihat konten-konten yang ada di instagram dia apalagi sayakan udaah follow jadi banyak yang seliweran gitu</p>
6.	<p>P : Jenis konten promosi apa yang paling menarik bagi Ka Rizka ketika melihat postingan @syaa.listt di Instagram? RH : Lebih ke unikan desain-desainnya ya soalnya emang banyak banget gitu jadi ini memberi gambaran tentang kualitas dan juga keunikan yang diberi di setiap produknya.</p>
7.	<p>P : Apa yang membuat Ka Rizka tertarik untuk membeli bento cake dari @syaa.listt?</p> <p>RH : Tetep kreatifnya sih, soalnya emang bener-bener dikasih gambaran ini pasti dia kasih gambar yang sesuai</p>
8.	<p>P : Apa Ka Rizka merasa produk yang ditawarkan memenuhi harapan Ka Rizka dalam hal kualitas dan variasi?</p> <p>RH : Iya, produk yang di tawarkan tuh selalu memenuhi harapan saya, kaya yang tadi saya bilang selalu sesuai dengan gambar yang saya mau</p>
9.	<p>P : Apakah Ka Rizka merasa mudah untuk melakukan pemesanan bento cake dari @syaa.listt?</p> <p>RH : Sangat mudah banget sih prosesnya, emang pemesanan online tuh sangat sederhana banget dan praktis juga apalagi @syaa.listt udah nyantumin di bio instagramnya ya, jadi gak perlu repot lagi</p>

10.	<p>P : Bagaimana pengalaman Ka Rizka dalam proses pengiriman produk dari @syaa.listt? Apakah tepat waktu dan memuaskan?</p> <p>RH : Pengalaman pas pengiriman itu sangat memuaskan, soalnya produk selalu tiba tepat waktu gitu trus juga dalam kondisi bagus gitu mungkin gak goyang-goyang ya, jadi saya merasa puas dan untuk pengambilan langsung juga sangat memuaskan karena owner juga ramah dan responnya cepat</p>
11.	<p>P : Oke ka rizka terima kasih karena sudah mau meluangkan waktunya untuk bisa saya wawancarai seputar @syaa.listt, kurang lebihnya mohon maaf ya ka</p> <p>RH : Iya ka sama-sama</p>

LAMPIRAN III
DOKUMENTASI WAWANCARA

Dokumentasi wawancara dengan Owner @syaa.listt

Keisya Sabrina Tsaqib



Dokumentasi wawancara dengan pelanggan @syaa.listt

Rizka Hardani



Dokumentasi wawancara dengan pelanggan @syaa.listt

Azka Farid Ramadhan

