

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023). *Tren Penerbitan Buku Melemah, Bagaimana Kondisi Industrinya?* Mei. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/22/tren-penerbitan-buku-melemah-bagaimana-kondisi-Industrinya>
- Aziz, Yusuf A. (2022). *Personal Selling: Pengertian, Tujuan dan Contoh*. 23 Agustus. <https://deepublishstore.com/blog/personal-selling/>
- Devega, E. (2017). *TEKNOLOGI Masyarakat Indonesia: Malas Baca Tapi Cerewet di Medsos*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media
- Fahmi, M., Arif, M., Farisi, S., & Purnama, N. I. (2020). *Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing terhadap Repeat Purchase pada Fast-Food Restaurant di Kota Medan*. <https://www.ejurnalunsam.id/index.php/jseb/article/view/1722/1474>
- Firmansyah, D. M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. umsida press.
- Hermansyah. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP MINAT BELI HANDPHONE MEREK OPPO*.
- Khairatunnisa, & Telaumbanua, I. P. (2021). *Implementasi Kebijakan Kawasan Tanpa Roko (KTR) di SMA Negeri 17 Medan*. 6.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for marketing management*. Pearson Education 2016.
- Laraswati, B. D. (2022). *4 Tipe dan Contoh Data Sekunder dalam Data Science*. <https://blog.algorit.ma/tipe-dan-contoh-data-sekunder/>
- Marentek, M. R., Supit, V., & Mandey, N. H. J. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Polimdo Press.
- Meutia, K. I., Hadita, & Widjarnarko, W. (2021). *Dampak Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso*.
- Mr, S. (2022). *Catat! 4 Perbedaan Data Sekunder & Data Primer dalam Analisis Data*. <https://dqqlab.id/catat!-4-perbedaan-data-sekunder-and-data-primer-dalam-analisis-data>

- Mulachella, H. (2022). *Komunikasi Adalah: Definisi, Unsur, dan Tujuannya*.
<https://katadata.co.id/safrezi/berita/61de8d9d4a987/komunikasi-adalah-definisi-unsur-dan-tujuannya>
- Nandy. (2021). *Pendiri Gramedia dan Sejarah Kesuksesannya*.
<https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-gramedia/>
- Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Pustaka Baru Press.
- Populix. (2023). *Kualitatif: Pengertian, Metode, Manfaat, Contoh Penelitian*. Populix.Co.Id. <https://info.populix.co/articles/kualitatif-adalah/>
- Pujileksono, S. (2018). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*.
- Pusparisa, Y. (2020). *Gramedia Mendominasi Jaringan Toko Buku di Indonesia*. MEI.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/18/gramedia-mendominasi-jaringan-toko-buku-di-indonesia>
- Rangkuti, F. (2008). *The power of brands: teknik mengelola brand equity dan strategi pengembangan merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=-fppKehBDQEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=The+power+of+brands:+teknik+mengelola+brand+equity+&ots=X7VtiYq2LV&sig=AsljAtfv4uUpbrxqs8tGHZ45D08&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Rika Ariyani, M. P. . (2022). *Dokumentasi Adalah: Pengertian, Jenis-Jenis dan Keuntungan Menggunakan Metode Dokumentasi*.
<https://www.rikaariyani.com/2022/10/dokumentasi-adalah-pengertian-jenis.html>
- Salma. (2023). *Pendekatan Penelitian: Pengertian, Jenis, dan Contoh*.
<https://penerbitdeepublish.com/pendekatan-penelitian/>
- Setyanto, A., Saputra, A., & Farhan, B. (2022). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO BUKU GRAMEDIA KOTA TANGERANG*. 4.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.
- Sulthoni. (2023). *6 Alasan Mengapa Minat Baca Masyarakat Indonesia*

Masih Rendah. <https://tirto.id/6-alasan-mengapa-minat-baca-masyarakat-indonesia-masih-rendah-gCNE>

Sutanto, R. P. (2017). *Studi Kasus Website Gramedia sebagai Media Online untuk Membeli Buku.*

[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2912200&val=25559&title=Studi Kasus Website Gramedia sebagai Media Online untuk Membeli Buku](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2912200&val=25559&title=Studi%20Kasus%20Website%20Gramedia%20sebagai%20Media%20Online%20untuk%20Membeli%20Buku)

Utami, L. D. (2021). *Tingkat Literasi Indonesia di Dunia Rendah, Ranking 62 Dari 70 Negara.*

<https://perpustakaan.kemendagri.go.id/2021/03/tingkat-literasi-indonesia-di-dunia-rendah-ranking-62-dari-70-negara/>

Wardana, A. D. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUKU DI TOKO GRAMEDIA KOTA SURAKARTA.*

Widodo, H. P., & Maryama, M. (2021). *Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning dalam Membentuk Brand Image Kafe Pan Java.*

<https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/85/54>

Yin, R. K. (2011). *Studi Kasus desain & metode.*

LAMPIRAN

Jadwal Sidang Seminar Proposal 2024

JADWAL SIDANG SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI (SEMPRO)								
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI								
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK								
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG								
TAHUN AKADEMIK 2023-2024								
No	Nama Mahasiswa	NPM	Judul SKRIPSI	Dosen Pembimbing	Penguji 1	Penguji 2	Waktu	Ruang Sidang
JUMAT, 03 MEI 2024								
1	Della Furi Wulan Sari (PKUB A)	2070201215	Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Desa Wisata Keranggan Di Tangerang Selatan	Dr. Eko Purwanto, M.I.Kom	Ihham Ramdhana, M.I.Kom	Ade Rahma, M.I.Kom	08.30-09.30	A.10.1
2	Risa Kusmiati	2070201131	Strategi Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kota Tangerang Dalam Pengelolaan Lingkungan Melalui Program Smart Environment	Dr. Eko Purwanto, M.I.Kom	Ihham Ramdhana, M.I.Kom	Ade Rahma, M.I.Kom	09.30-10.30	
3	Muhammad Zaki Nurdiansya (PKUB)	2070201221	Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Pengembangan Ekowisata Mangrove Melalui Pemberdayaan UMKM Di Pesisir Utara Kabupaten Tangerang	Dr. Eko Purwanto, M.I.Kom	Ihham Ramdhana, M.I.Kom	Ade Rahma, M.I.Kom	10.30-11.30	
4	Zulfa Qonita (PKUB B)	2070201113	Strategi Komunikasi Pemasaran Di PT Spesial Pipa Indonesia Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pipa	Dr. Eko Purwanto, M.I.Kom	Ihham Ramdhana, M.I.Kom	Ade Rahma, M.I.Kom	13.00-14.00	
5	Wilda Agustina	2070201120	Analisis Brand Image Toko Gramedia Daan Mogot Ditengah Lesunya Penjualan Buku	Dr. Mirza Shahreza, M.I.K	Ihham Ramdhana, M.I.Kom	Ade Rahma, M.I.Kom	14.00-15.00	
6	Sintha Defiana Putri	2070201005	Analisis Isi Debat Calon Presiden Pemilu Republik Indonesia Tahun 2024	Dr. Mirza Shahreza, M.I.K	Dr. Sopian, M.I.Kom	Yopy Perdana, M.I.Kom	08.30-09.30	A.10.2
7	Hafidh Haritsyah	2070201155	Ekspresi Identitas Sosial Dan Gaya Hidup Komunitas Vespa Di Akun Instagram @Moca_Vespa	Lathifa Prima, M.I.Kom	Dr. Sopian, M.I.Kom	Yopy Perdana, M.I.Kom	09.30-10.30	
8	Agung Fitriansyah	2070201039	Analisis Proses Produksi Pembuatan Konten Instagram (Proses Produksi Konten The Nightwalkers)	Lathifa Prima, M.I.Kom	Dr. Sopian, M.I.Kom	Yopy Perdana, M.I.Kom	10.30-11.30	
9	Marsyah Haura Shahab (PKUB)	2070201170	Penggunaan Media Sosial Instagram Akun @MHUSEIN_GAZA01 Sebagai Informasi Genosida Di Palestina	Korry El Yana, M.I.K	Dr. Sopian, M.I.Kom	Yopy Perdana, M.I.Kom	13.00-14.00	
10	Erika Cyndiana	2070201098	Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Kosmetik Wardah "Beauty Moves You" Di Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes)	Korry El Yana, M.I.K	Dr. Sopian, M.I.Kom	Yopy Perdana, M.I.Kom	14.00-15.00	

LAMPIRAN WAWANCARA

a. Lembar Interview Guide

Nama : Angela Rika

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 25 Tahun

Pekerjaan/Jabatan : Store Superintendent

Hasil wawancara dengan Store Superintendent (Supervisor PIC Marcomm).

A. Atribut

1. **Bagaimana toko Gramedia Daan Mogot menggambarkan atribut mereknya dalam upaya menarik customer ditengah lesunya penjualan buku?**

Jawaban: Dengan meluaskan cakupan pasar customer sekitar toko, sehingga kalangan yang tertarik datang dari berbagai kelas mulai dari kelas bawah hingga atas.

2. **Apa saja atribut utama yang menurut Anda menjadi kekuatan dan kelemahan *brand image* Gramedia Daan Mogot?**

Jawaban: Kekuatannya yaitu produk yang bervariasi sehingga mencakup pasar yang lebih luas, dan untuk kelemahannya dari segi eksternal yaitu tempat (Mall) yang kurang berkembang dari segi infrastruktur.

B. Manfaat

1. **Manfaat apa yang paling dirasakan ketika berbelanja di Gramedia Daan Mogot dibandingkan dengan kompetitor?**

Jawaban: Belanja nyaman dan mudah dalam segi pemilihan produk yang ingin dibeli.

2. **Bagaimana toko ini menonjolkan manfaat-manfaat tersebut dalam upaya memperbaiki penjualan buku yang lesu?**

Jawaban: Membuat suasana toko jadi lebih nyaman melalui visual merchandising yang rapih dan menarik dilihat, serta pelayanan yang ramah dan inspiratif.

C. Nilai

1. Nilai apa yang Anda yakini dipegang oleh customer setia Gramedia Daan Mogot?

Jawaban: Loyalitas

2. Bagaimana Gramedia Daan Mogot menyampaikan nilai-nilai tersebut melalui strategi pemasarannya?

Jawaban: Maintenance customer yang sering berbelanja.

D. Budaya

1. Bagaimana budaya Perusahaan Gramedia Daan Mogot mempengaruhi *brand image* yang diterima oleh customer?

Jawaban: Gramedia Daan Mogot membentuk budaya membaca untuk seluruh Masyarakat, sehingga setiap customer yang datang sudah pasti yakin untuk membaca atau membeli buku di Gramedia Daan Mogot.

2. Sejauh mana budaya tersebut berkontribusi dalam mempertahankan loyalitas customer ditengah menurunnya minat terhadap buku fisik?

Jawaban: Customer lebih percaya membeli dan mencari buku di Gramedia karena produk yang original.

E. Kepribadian

1. Jika Gramedia Daan Mogot diibaratkan sebagai seorang individu, bagaimana Anda akan mendeskripsikan kepribadian merek ini?

Jawaban: Merek ini memiliki kepribadian yang percaya diri dan mudah beradaptasi.

2. Bagaimana kepribadian merek ini membantu atau menghambat dalam menarik customer baru ditengah situasi pasar yang menantang?

Jawaban: Merek ini terus beradaptasi dan percaya diri untuk bisa terus berkontribusi untuk Masyarakat Indonesia, salah satunya dengan meningkatkan minat baca Masyarakat. Yang menghambat tentu dari faktor eksternal, yaitu perkembangan teknologi yang membuat turunnya minat baca Masyarakat.

F. Pemakai

1. Siapa target demografis utama dari Gramedia Daan Mogot dan bagaimana mereka mempengaruhi citra merek?

Jawaban: Target demografis utama yaitu Masyarakat kelas menengah ke bawah, karena dari segi wilayah toko Gramedia Daan Mogot berada di cakupan kelas tersebut. Sehingga kelas tersebut mempengaruhi citra toko dengan penyebaran produk atau promo secara verbal ke Masyarakat sekitar.

2. Apakah ada perubahan signifikan dalam profile pemakai utama toko ini selama penurunan penjualan buku?

Jawaban: Ada, penurunan penjualan buku diakibatkan menurunnya tingkat literasi Masyarakat.

LAMPIRAN WAWANCARA

b. Lembar Interview Guide

Nama : Habib Rahmatullah

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 24 Tahun

Pekerjaan/Jabatan : Melakukan pekerjaan di toko baik secara offline maupun online.

Hasil wawancara dari Store Operation Associate (Petugas Area Toko).

A. Atribut

1. Menurut Anda, atribut apa saja yang paling menonjol dari toko Gramedia Daan Mogot dibandingkan dengan toko buku lainnya?

Jawaban: Menurut Saya dari materi promo atau media iklan yang melalui TVC dan hanging banner yang menarik, lalu adanya penawaran promo dari bank bisa cicilan 0% juga membuat menarik customer.

2. Bagaimana Anda menggambarkan penampilan fisik dan tata letak toko Gramedia Daan Mogot?

Jawaban: Menurut Saya dari segi penampilan cukup rapih, menarik karena setiap buku yang di display tidak hanya di rak buku saja, melainkan ada di meja-meja yang berada di floor dan bisa dibentuk atau di display sekreatif dan semenarik mungkin.

B. Manfaat

1. Manfaat apa saja yang menurut Anda paling dihargai oleh customer yang berbelanja di Gramedia Daan Mogot?

Jawaban: Pelayanan yang ramah dan ceria, pengetahuan tentang produk yang original dan display produk yang menarik menjadi perhatian customer.

2. Bagaimana Anda sebagai karyawan memastikan manfaat-manfaat tersebut dirasakan oleh setiap customer?

Jawaban: Dengan melihat kepuasan customer ketika mendapatkan produk yang dinginkannya, dengan display buku yang sudah sesuai dengan kategori dan sesuai nomor rak melalui pencarian di komputer membuat customer mudah menemukan buku atau produk yang dicari.

C. Nilai

1. Apa saja nilai-nilai utama yang menurut Anda ditawarkan oleh Gramedia Daan Mogot kepada customer?

Jawaban: Pelayanan yang ramah, memahami apa yang menjadi harapan customer, menghargai customer yang sedang complain hingga mengutamakan loyalitas customer.

2. Bagaimana nilai-nilai ini tercermin dalam layanan dan produk yang ditawarkan di toko?

Jawaban: Komunikasi yang efektif, melakukan inovasi produk dan layanan, meningkatkan pengalaman customer, membangun hubungan dengan customer yang kuat.

D. Budaya

- 1. Bagaimana budaya Perusahaan Gramedia Daan Mogot mempengaruhi cara Anda bekerja dan berinteraksi dengan customer?**

Jawaban: Gramedia menerapkan prinsip 5C yaitu: Caring, Credible, Competent, Competitive dan Customer Delight. Dengan prinsip tersebut sangat mempengaruhi kinerja Saya sebagai karyawan.

- 2. Seberapa pentingkah budaya Perusahaan ini dalam menciptakan suasana kerja yang positif dan mendukung?**

Jawaban: Sangat penting, karena dengan menerapkan budaya 5C tersebut dapat berdampak positif untuk karyawan maupun customer.

E. Kepribadian

- 1. Jika Gramedia Daan Mogot diibaratkan sebagai seorang individu, bagaimana Anda akan mendeskripsikan kepribadian merek ini?**

Jawaban: Menurut Saya jika diibaratkan sebagai seorang individu Gramedia Daan Mogot memiliki ciri khas ramah, bersih, kreatif dan menarik.

- 2. Bagaimana kepribadian merek Gramedia Daan Mogot mempengaruhi cara Anda berinteraksi dengan customer?**

Jawaban: Dengan melalui komunikasi ringan berupa sapaan yang ramah kepada customer.

F. Pemakai

- 1. Menurut Anda, siapa saja yang termasuk dalam target customer utama Gramedia Daan Mogot?**

Jawaban: Customer yang sudah menjadi member, customer yang loyalitas, Adapun customer online yang sudah menjadi bagian mitra atau reseller.

- 2. Bagaimana Anda menyesuaikan pelayanan terhadap berbagai segmen customer yang datang ke toko?**

Jawaban: Menanyakan dan membantu customer mencari produk yang diinginkan, menyambut customer di depan yang baru datang dengan greetings dan mengucapkan terima kasih kepada customer yang sudah belanja.

LAMPIRAN WAWANCARA

c. Lembar Interview Guide

Nama : Lady
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 23 Tahun
Hasil wawancara dengan Customer (1).

A. Atribut

1. Apa yang Anda pikirkan tentang atribut fisik dari toko Gramedia Daan Mogot, seperti tata letak, kebersihan, dan kenyamanan?

Jawaban:

- Bagus, teratur, gampang dilihat ketika ingin berbelanja.
- Tata letaknya rapih dan nyaman di pandang.
- Kebersihannya, sangat bersih tidak ada sampah yang terlihat.
- Kenyamanannya, nyaman karena rapih dan bersih. Lengkap juga membuat saya sangat nyaman ketika melihat fisik Gramedia Daan Mogot.

2. Bagaimana Anda menilai variasi dan kualitas produk yang ditawarkan oleh Gramedia Daan mogot?

Jawaban: Kualitas produksi yang di tawarkan sangat menarik dan bermanfaat. sangat bagus untuk semua kalangan.

B. Manfaat

- 1. Manfaat apa yang Anda rasakan Ketika berbelanja di Gramedia Daan Mogot dibandingkan dengan toko buku lainnya?**

Jawaban: Saya lebih banyak mengetahui tentang banyak buku di Gramedia, dan bagi Saya berbelanja di Gramedia sangat bermanfaat karena buku-buku yang berada di Gramedia Daan Mogot sangat lengkap dan inspirasi.

- 2. Sejauh mana manfaat-manfaat ini mempengaruhi keputusan Anda untuk berbelanja di Gramedia Daan Mogot?**

Jawaban: Menurut saya, berbelanja di Gramedia Daan Mogot berbelanja sudah cukup lengkap, dengan buku-buku yang ada disana sangat bermanfaat, maka dari itu saya memilih untuk berbelanja di Gramedia Daan Mogot.

C. Nilai

- 1. Nilai apa yang Anda anggap paling penting ketika berbelanja di Gramedia Daan Mogot?**

Jawaban: Kualitasnya. karena kualitas dalam berbelanja sangat penting.

- 2. Bagaimana Gramedia Daan Mogot mencerminkan nilai-nilai tersebut dalam pengalaman belanja Anda?**

Jawaban: Sangat bermanfaat, seperti upselling buku yang terbaru yang berada di Gramedia Daan Mogot, sehingga Saya pribadi tidak ketinggalan update buku-buku yang berada di Gramedia Daan Mogot.

D. Budaya

- 1. Bagaimana Anda merasakan budaya Perusahaan Gramedia Ketika berinteraksi dengan staf dan pelayanan di toko?**

Jawaban: Menurut saya Gramedia Daan Mogot sendiri sudah sangat baik dan ramah dalam berinteraksi bersama customer yang ada, juga sangat membantu jika ada customer yang bertanya jika kesulitan mencari buku di Gramedia Daan Mogot.

- 2. Apakah budaya tersebut membuat Anda merasa lebih nyaman dan dihargai sebagai customer?**

Jawaban: Ya, Saya merasa nyaman dan di hargai ketika berada di Gramedia Daan Mogot, karena membantu Saya jika kesulitan mencari buku, juga buku-buku yang ada sangat lengkap. maka dari itu Saya selalu nyaman.

E. Kepribadian

- 1. Jika Anda menggambarkan Gramedia Daan Mogot sebagai seorang individu, bagaimana Anda akan mendeskripsikan kepribadian toko ini?**

Jawaban: Kualitas, nyaman, lengkap, dan bermanfaat bagi customer.

- 2. Bagaimana kepribadian merek Gramedia Daan Mogot mempengaruhi pandangan Anda tentang toko ini dan produk-produk yang mereka tawarkan?**

Jawaban: Saya sendiri merasa sangat bermanfaat dengan adanya toko Gramedia Daan mogot ini, karena produk buku - buku yang di jual sangat berkualitas dan bermanfaat.

F. Pemakai

- 1. Menurut Anda siapa saja yang biasanya berbelanja di Gramedia Daan Mogot? Apakah Anda merasa termasuk dalam target customer mereka?**

Jawaban: Menurut Saya, yang biasa berbelanja di Gramedia Daan mogot mulai dari usia 5 tahun hingga 60 tahun, yang dimana buku yang ada di Gramedia Daan mogot tersebut sesuai dengan umur customer, saya sendiri pun sudah termasuk target dari Gramedia Daan Mogot

- 2. Bagaimana profile customer Gramedia Daan Mogot mempengaruhi pengalaman belanja Anda?**

Jawaban: Tentu nya profile Gramedia Daan Mogot sangat menginspirasi yang berpengaruh dengan customer yang berbelanja di Gramedia Daan Mogot.

LAMPIRAN WAWANCARA

d. Lembar Interview Guide

Nama : Elsa

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 22 Tahun

Hasil wawancara dengan Customer (2)

A. Atribut

- 1. Apa yang Anda pikirkan tentang atribut fisik dari toko Gramedia Daan Mogot, seperti tata letak, kebersihan, dan kenyamanan?**

Jawaban: Gramedia Daan Mogot memiliki tata letak yang baik, ruang yang luas. Untuk kenyamanan cukup nyaman dengan suhu dan cahaya yang pas.

- 2. Bagaimana Anda menilai variasi dan kualitas produk yang ditawarkan oleh Gramedia Daan mogot?**

Jawaban: Gramedia Daan Mogot menawarkan berbagai macam produk dan untuk bukunya banyak pilihan genrenya.

B. Manfaat

- 1. Manfaat apa yang Anda rasakan Ketika berbelanja di Gramedia Daan Mogot dibandingkan dengan toko buku lainnya?**

Jawaban: Karena Gramedia itu toko yang sudah terkenal, saya merasa lebih yakin untuk kualitas bukunya dan Gramedia Daan Mogot pun lokasinya sangat strategis dengan Lokasi saya.

- 2. Sejauh mana manfaat-manfaat ini mempengaruhi keputusan Anda untuk berbelanja di Gramedia Daan Mogot?**

Jawaban: Sering menawarkan promo-promo, diskon atau program loyalitas.

C. Nilai

- 1. Nilai apa yang Anda anggap paling penting ketika berbelanja di Gramedia Daan Mogot?**

Jawaban: Ketika Saya berbelanja di Gramedia Daan Mogot untuk kualitas produknya baik dan pelayanannya kepada customer ramah-ramah.

- 2. Bagaimana Gramedia Daan Mogot mencerminkan nilai-nilai tersebut dalam pengalaman belanja Anda?**

Jawaban: Bermanfaat karena pelayanan berpengaruh dengan kualitas dan *brand image* dari toko tersebut.

D. Budaya

- 1. Bagaimana Anda merasakan budaya Perusahaan Gramedia Ketika berinteraksi dengan staf dan pelayanan di toko?**

Jawaban: Kalau berdasarkan dari feedback pengalaman berinteraksi dengan karyawannya saya merasakan bahwa budaya Perusahaan tersebut menonjolkan keramahan dan pengetahuannya untuk membantu customer mencari buku atau produk lainnya.

- 2. Apakah budaya tersebut membuat Anda merasa lebih nyaman dan dihargai sebagai customer?**

Jawaban: Saya pribadi dan sebagai customer cukup nyaman dan sangat membantu.

E. Kepribadian

- 1. Jika Anda menggambarkan Gramedia Daan Mogot sebagai seorang individu, bagaimana Anda akan mendeskripsikan kepribadian toko ini?**

Jawaban: Gramedia Daan Mogot adalah sosok yang ramah dan penuh pengetahuan tentang buku dan produk lainnya.

- 2. Bagaimana kepribadian merek Gramedia Daan Mogot mempengaruhi pandangan Anda tentang toko ini dan produk-produk yang mereka tawarkan?**

Jawaban: Memberikan pandangan positif dan meyakinkan tentang Gramedia Daan Mogot karena buku-buku atau produk yang dijual original.

F. Pemakai

- 1. Menurut Anda siapa saja yang biasanya berbelanja di Gramedia Daan Mogot? Apakah Anda merasa termasuk dalam target customer mereka?**

Jawaban: Biasanya yang berbelanja di Gramedia Daan Mogot mulai dari pelajar, mahasiswa, orangtua sampai pecinta buku. Iya saya termasuk target customer mereka karena suka belanja buku.

- 2. Bagaimana profile customer Gramedia Daan Mogot mempengaruhi pengalaman belanja Anda?**

Jawaban: Gramedia Daan Mogot membawa berbagai manfaat dalam pengalaman belanja saya, menghadirkan suasana yang nyaman dan memenuhi berbagai koleksi buku saya.

Pencodingan Dari Transkrip Wawancara

No	Informan	Coding 1	Kategorisasi
1.	<p>Angela Rika (Store Superintendent)</p> <p>“Dengan meluaskan cakupan pasar customer sekitar toko, sehingga kalangan yang tertarik datang dari berbagai kelas mulai dari kelas bawah hingga atas”.</p> <p>“Kekuatannya yaitu produk yang bervariasi sehingga mencakup pasar yang lebih luas, dan untuk kelemahannya dari segi eksternal yaitu tempat (Mall) yang</p>	Tertarik	Nilai

	<p>kurang berkembang dari segi infrastruktur”.</p> <p>“Belanja nyaman dan mudah dalam segi pemilihan produk yang ingin dibeli”.</p> <p>“Membuat suasana toko jadi lebih nyaman melalui visual merchandising yang rapih dan menarik dilihat, serta pelayanan yang ramah dan inspiratif”.</p> <p>“Loyalitas”.</p> <p>“Maintenance customer yang sering berbelanja”.</p> <p>“Gramedia Daan Mogot membentuk budaya membaca untuk seluruh Masyarakat, sehingga setiap customer yang datang sudah pasti yakin untuk membaca atau membeli buku di Gramedia Daan Mogot”.</p> <p>“Customer lebih percaya membeli dan mencari buku di Gramedia karena produk yang original”.</p>	<p>Bervariatif</p> <p>Nyaman</p> <p>Rapih dan Menarik</p> <p>Loyalitas</p> <p>Customer</p>	<p>Atribut (Poduk)</p> <p>Manfaat</p> <p>Manfaat</p> <p>Manfaat</p> <p>Pemakai</p>
--	--	--	--

	<p>“Merek ini memiliki kepribadian yang percaya diri dan mudah beradaptasi”.</p> <p>“Merek ini terus beradaptasi dan percaya diri untuk bisa terus berkontribusi untuk Masyarakat Indonesia, salah satunya dengan meningkatkan minat baca Masyarakat. Yang menghambat tentu dari faktor eksternal, yaitu perkembangan teknologi yang membuat turunnya minat baca Masyarakat”.</p> <p>“Target demografis utama yaitu Masyarakat kelas menengah ke bawah, karena dari segi wilayah toko Gramedia Daan Mogot berada di cakupan kelas tersebut. Sehingga kelas tersebut mempengaruhi citra toko dengan penyebaran produk atau promo secara verbal ke Masyarakat sekitar”.</p> <p>“Ada, penurunan penjualan buku diakibatkan menurunnya tingkat literasi Masyarakat”.</p>	<p>Membaca atau Membeli</p> <p>Original</p> <p>Beradaptasi</p> <p>Minat Baca</p>	<p>Pemakai</p> <p>Nilai</p> <p>Budaya</p> <p>Kepribadian</p>
--	--	--	--

		Citra toko	Atribut
		Menurunnya	Nilai

	<p>mudah menemukan buku atau produk yang dicari”.</p> <p>“Pelayanan yang ramah, memahami apa yang menjadi harapan customer, menghargai customer yang sedang complain hingga mengutamakan loyalitas customer”.</p> <p>“Komunikasi yang efektif, melakukan inovasi produk dan layanan, meningkatkan pengalaman customer, membangun hubungan dengan customer yang kuat”.</p> <p>“Gramedia menerapkan prinsip 5C yaitu: Caring, Credible, Competent, Competitive dan Customer Delight. Dengan prinsip tersebut sangat mempengaruhi kinerja Saya sebagai karyawan”.</p> <p>“Sangat penting, karena dengan menerapkan budaya 5C tersebut dapat berdampak positif untuk karyawan maupun customer”.</p>	<p>Kepuasan</p> <p>Loyalitas</p> <p>Komunikasi</p>	<p>Pemakai</p> <p>Nilai</p> <p>Budaya</p>
--	---	--	---

	<p>“Menurut Saya jika diibaratkan sebagai seorang individu Gramedia Daan Mogot memiliki ciri khas ramah, bersih, kreatif dan menarik”.</p> <p>“Dengan malalui komunikasi ringan berupa sapaan yang ramah kepada customer”.</p> <p>“Customer yang sudah menjadi member, customer yang loyalitas, Adapun customer online yang sudah menjadi bagian mitra atau reseller”.</p> <p>“Menanyakan dan membantu customer mencari produk yang diinginkan, menyambut customer di depan yang baru datang dengan greetings dan mengucapkan terima kasih kepada customer yang sudah belanja”.</p>	<p>Prinsip</p> <p>Positif</p> <p>Ciri khas</p>	<p>Budaya</p> <p>Nilai</p> <p>Atribut</p>
--	---	--	---

		Komunikasi	Budaya
		Loyalitas	Pemakai
		Membantu	Budaya
3.	<p>Lady (Customer 1)</p> <p>“Bagus, teratur, gampang dilihat ketika ingin berbelanja.</p> <p>Tata letaknya rapih dan nyaman di</p>	Rapih dan nyaman	Manfaat

	<p>pandang. Kebersihannya, sangat bersih tidak ada sampah yang terlihat. Kenyamanannya, nyaman karena rapih dan bersih. Lengkap juga membuat saya sangat nyaman ketika melihat fisik Gramedia Daan Mogot”.</p> <p>“Kualitas produks yang di tawarkan sangat menarik dan bermanfaat. sangat bagus untuk semua kalangan”.</p> <p>“Saya lebih banyak mengetahui tentang banyak buku di Gramedia, dan bagi Saya berbelanja di Gramedia sangat bermanfaat karena buku-buku yang berada di Gramedia Daan Mogot sangat lengkap dan inspirasi”.</p> <p>“Menurut saya, berbelanja di Gramedia Daan Mogot berbelanja sudah cukup lengkap, dengan buku-buku yang ada disana sangat bermanfaat, maka dari itu saya memilih untuk berbelanja di Gramedia Daan Mogot”.</p>	<p>Menarik dan bermanfaat</p> <p>Lengkap dan inspirasi</p>	<p>Manfaat</p> <p>Atribut</p>
--	--	--	-------------------------------

	<p>“Kualitasnya. karena kualitas dalam berbelanja sangat penting”.</p> <p>“Sangat bermanfaat, seperti upselling buku yang terbaru yang berada di Gramedia Daan Mogot, sehingga Saya pribadi tidak ketinggalan update buku-buku yang berada di Gramedia Daan Mogot”.</p> <p>“Menurut saya Gramedia Daan Mogot sendiri sudah sangat baik dan ramah dalam berinteraksi bersama customer yang ada, juga sangat membantu jika ada customer yang bertanya jika kesulitan mencari buku di Gramedia Daan Mogot”.</p> <p>“Ya, Saya merasa nyaman dan di hargai ketika berada di Gramedia Daan Mogot, karena membantu Saya jika kesulitan mencari buku, juga buku-buku yang ada sangat lengkap. maka dari itu Saya selalu nyaman”.</p>	<p>Lengkap</p> <p>Kualitasnya</p> <p>Update</p>	<p>Atribut</p> <p>Atribut</p> <p>Atribut</p>
--	--	---	--

	<p>“Kualitas, nyaman, lengkap, dan bermanfaat bagi customer”.</p> <p>“Saya sendiri merasa sangat bermanfaat dengan adanya toko Gramedia Daan mogot ini, karena produk buku - buku yang di jual sangat berkualitas dan bermanfaat”.</p> <p>“Menurut Saya, yang biasa berbelanja di Gramedia Daan mogot mulai dari usia 5 tahun hingga 60 tahun, yang dimana buku yang ada di Gramedia Daan mogot tersebut sesuai dengan umur customer, saya sendiri pun sudah termasuk target dari Gramedia Daan Mogot”.</p> <p>“Tentu nya profile Gramedia Daan Mogot sangat menginspirasi yang berpengaruh dengan customer yang berbelanja di Gramedia Daan Mogot”.</p>	<p>Membantu</p> <p>Nyaman</p> <p>Kualitas</p>	<p>Budaya</p> <p>Manfaat</p> <p>Manfaat</p>
--	--	---	---

		Berkualitas dan bermanfaat	Manfaat
		Target	Nilai
		Berpengaruh	Nilai

	<p>pelayanannya kepada customer ramah-ramah”.</p> <p>“Bermanfaat karena pelayanan berpengaruh dengan kualitas dan <i>brand image</i> dari toko tersebut”.</p> <p>“Kalau berdasarkan dari feedback pengalaman berinteraksi dengan karyawannya saya merasakan bahwa budaya Perusahaan tersebut menonjolkan keramahan dan pengetahuanya untuk membantu customer mencari buku atau produk lainnya”.</p> <p>“Saya pribadi dan sebagai customer cukup nyaman dan sangat membantu”.</p> <p>“Gramedia Daan Mogot adalah sosok yang ramah dan penuh pengetahuan tentang buku dan produk lainnya”.</p> <p>“Memberikan pandangan positif dan meyakinkan tentang Gramedia Daan Mogot karena</p>	<p>Promo</p> <p>Kualitas</p> <p>Kualitas</p> <p>Berinteraksi</p>	<p>Manfaat</p> <p>Atribut</p> <p>Atribut</p> <p>Budaya</p>
--	---	--	--

	<p>buku-buku atau produk yang dijual original”.</p> <p>“Biasanya yang berbelanja di Gramedia Daan Mogot mulai dari pelajar, mahasiswa, orangtua sampai pecinta buku. Iya termasuk target customer mereka karena suka belanja buku”.</p> <p>“Gramedia Daan Mogot membawa berbagai manfaat dalam pengalaman belanja saya, menghadirkan suasana yang nyaman dan memenuhi berbagai koleksi buku saya”.</p>	<p>Nyaman</p> <p>Buku</p> <p>Original</p>	<p>Manfaat</p> <p>Atribut</p> <p>Nilai</p>
--	--	---	--

		Belanja	Pemakai
		Koleksi buku	Atribut

Dokumentasi Wawancara



Wawancara Mba Angela Rika



Wawancara Habib



Wawancara Kak Lady



Wawancara Kak Elsa

RIWAYAT HIDUP (*CURRICULUM VITAE*)

Personal Detail

Name : Wilda Agustina
Place/Date Of Birth : Tangerang, August 04th 1998
Gender : Female
University : Muhammadiyah University of Tangerang
Faculty : Science Communication (Advertising)
Citizenship : Indonesia
Religion : Moslem
Marital Status : Single
Phone Number : +62 81932559362
E-mail : wildaagustina498@gmail.com

Format Education

- 2006-2011 : SD Negeri Poris Pelawad 03
Cipondoh, Tangerang City
- 2012-2014 : SMP Negeri 10 Tangerang
Cipondoh, Tangerang City
- 2014-2017 : SMK Muhammadiyah 01 Tangerang
Cipondoh, Tangerang City
- 2020-2024 : University Muhammadiyah Tangerang
Cikokol, Tangerang City