

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai strategi komunikasi pemasaran Violet Mart dalam meningkatkan penjualan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Violet Mart menggunakan strategi komunikasi pemasaran. Berdasarkan indikator-indikator strategi ini didapatkan hasil mengenai penerapan strategi komunikasi pemasaran. Penerapan strategi ini berhasil. Hal ini dibuktikan dari target pasar yang telah sesuai dengan strategi. Konsumen menyatakan bahwa produk yang disediakan beragam sehingga konsumen dapat menemukan produk yang diinginkan dan dibutuhkan bagi segala usia dan segala kebutuhan. Peningkatan penjualan yang diinginkan juga telah berhasil. Penerapan strategi ini dengan cara memanfaatkan sarana-sarana seperti penggunaan brosur dan spanduk sebagai penyebaran informasi.
2. Violet Mart menggunakan teori bauran pemasaran 4p. Hasil dari penggunaan teori ini adalah Violet Mart telah memberikan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan oleh produknya. Dengan adanya produk yang beragam, penataan produk juga berdampak besar pada minat belanja konsumen. Hal ini dibuktikan oleh konsumen mengenai kemudahan yang dirasakan saat berbelanja. Lokasi yang strategis juga

meningkatkan keberhasilan dari kegiatan promosi yang dilakukan Violet Mart.

3. Kegiatan promosi yang dilakukan Violet Mart dengan cara membuat bazaar, spanduk, dan brosur yang berisikan informasi produk. Kegiatan bazaar yang dilakukan Violet Mart dan membagikan brosur dengan menggunakan badut sebagai daya tarik konsumen. Penggunaan badut juga membuat konsumen baru tertarik untuk melihat promosi yang sedang ditawarkan. Penggunaan strategi pemasaran ini meningkatkan penjualan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan bagi pihak-pihak terkait antara lain:

1. Untuk pelaku usaha Violet Mart agar dapat meningkatkan komunikasi pemasaran sehingga semakin banyak konsumen yang mengetahui tentang Violet Mart dan membeli produk Violet Mart.
2. Violet Mart diharapkan dapat memaksimalkan penggunaan sosial media untuk mempromosikan produk.
3. Untuk pelaku usaha lainnya yang bergerak dibidang yang sama, agar dapat meningkatkan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen dan memprioritaskan kepuasan konsumen sehingga bisnis dibidang ini dapat berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. (2018). *Pengantar ilmu komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, Edisi Ketiga.
- Claudia, V. (2022). *Strategi komunikasi pemasaran dalam mempromosikan produk @Moelir.id dan @Dapurmameing\_ di Villa Tangerang Regensi*. Tangerang: Universitas Buddhi Dharma.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Buku ajar manajemen dan strategi komunikasi pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Fairus. F. (2020). *Analisis pengendalian internal atas sistem dan prosedur penggajian dalam usaha mendukung efisiensi biaya tenaga kerja pada PT Pancaran Samudera Transport, Jakarta*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Fauzia, I. Y. (2013). *Etika bisnis dalam islam, Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Komunikasi pemasaran*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Giantika, G. G. (2020). *Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim Zoya melalui Instagram @zoyalovers*. Jurnal Komunikasi.
- Hamzah, M., Sudaryanto, E., & Pradana, B. S. (2022). *Strategi komunikasi pemasaran digital dalam peningkatkan brand awareness*. Surabaya: Universitas 17 Agustus Surabaya.
- Hariyanto, D. (2021). *Buku ajar pengantar ilmu komunikasi*. Jawa Timur: UMSIDA Press.
- Miawaty, F. (2021). *Mengungkap dampak Covid-19 pada UMKM sektor kuliner*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Muhammad, S. (2015). *Tradisi doi menre dalam proses peminangan di kalangan masyarakat Bugis Kec. Taneteriattang Kab. Bone perpektif fiqih*. Malang: Universitas Negeri Islam Maulana Malik Ibrahim.

- Nilawati, G. T., Sukarno, B., & H. H, N. (2016) *Strategi komunikasi pemasaran dinas kebudayaan dan pariwisata kota Surakarta slogan Solo The Spirit Of Java dalam mempertahankan daya tarik kota Soto kepada wisatawan*. Jurnal Transformasi.
- Nurochim, H. A. (2020). *Strategi mempertahankan loyalitas pelanggan melalui inovasi produk pada UMKM*. Jawa Timur: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Nursanti, D. (2013). *Peranan organisasi siswa intra sekolah dalam membentuk karakter siswa SMP Negeri di Kabupaten Magelang*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pramesti, R. W. (2021). *Penerapan metode peramalan (Forecast) penjualan pada dzirakyaat business center ponogoro*. Universitas Muhammadiyah Ponogoro.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A., & Illahi, A. K. (2017). *Komunikasi pemasaran terpadu*. Malang: UB Press.
- Putra, F. S. D. (2017). *Partisipasi warga negara di media sosial dalam mendukung program Smart City*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rahardi, K. P. (2017). *Strategi komunikasi pemasaran terpadu*. Univeritas Muhammadiyah Surakarta.
- Riskandyani, K. (2020). *Pengaruh kecerdasan intelektual, kecerdasan emosional, kecerdasan spiritual, dan kecerdasan adversitas terhadap kinerja auditor*. Jawa Barat: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sari, F. (2018). *Strategi redaksi surat kabar tribun Pekanbaru dalam upaya meningkatkan kualitas berita*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Septiani, D. H. (2014). *Pengaruh Program Pengalaman Lapangan Terhadap Mahasiswa Menjadi Guru*. Jawa Barat: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Shaputri, D. A., & Abudrrahman, M. S. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Café Coffee Di Bandung*. Bandung: Universitas Telkom Bandung.
- Siregar, R. A. (2018). *Penanganan Pembiayaan Bermasalah Mikro 75B Di Bank BRI Syariah KCP Rantauprapat*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

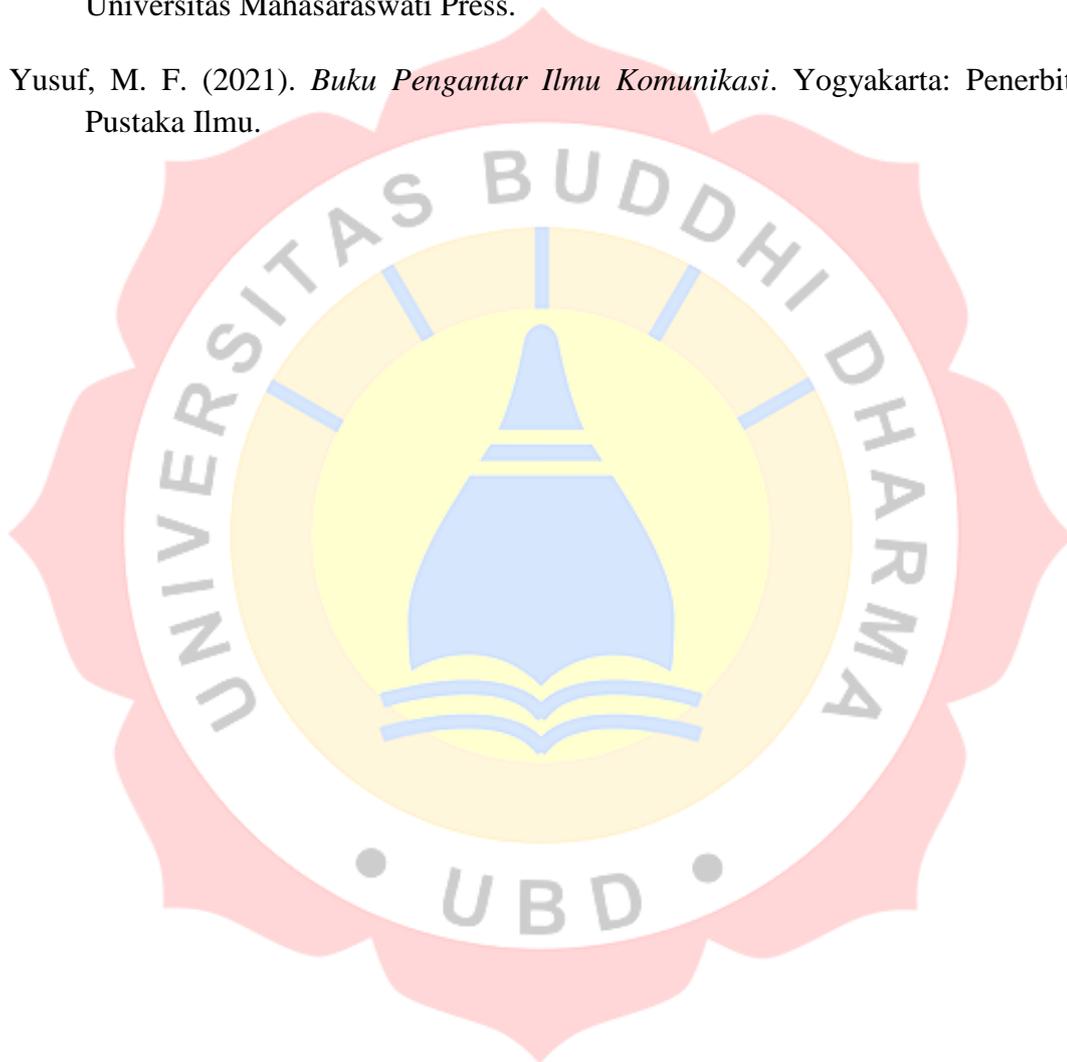
Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, Basu. 2018. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wiswasta, I. N., Agung, I. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan, Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Press.

Yusuf, M. F. (2021). *Buku Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu.



## LAMPIRAN

### PEDOMAN WAWANCARA KEY INFORMAN

1. Bagaimana cara anda melakukan penataan barang yang sesuai dengan kategori pasar?
2. Bagaimana cara anda membuat target pasar yang tepat untuk semua kalangan?
3. Bagaimana cara anda menentukan strategi yang tepat untuk memenuhi target pasar?
4. Bagaimana strategi untuk menarik konsumen agar membeli produk di Violet Mart?
5. Sarana apa saja yang digunakan oleh Violet Mart untuk meningkatkan penjualan?
6. Bagaimana Violet Mart mengenalkan produk yang dijual kepada konsumen?
7. Media pemasaran apa yang digunakan oleh Violet Mart untuk memasarkan produknya?
8. Bagaimana menentukan produk yang akan dijual agar menarik minat pembeli?
9. Bagaimana cara menentukan harga dan potongan harga yang dapat menarik minat pembeli?
10. Bagaimana cara mengatur tempat yang strategis serta tata letak ruang untuk penjualan agar menarik minat pembeli?
11. Bagaimana cara Violet Mart menarik minat pembeli dan cara memperkenalkan kepada calon pembeli?

### **PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN**

1. Bagaimana tanggapan anda mengenai penataan barang di Violet Mart dalam mempermudah anda saat berbelanja?
2. Bagaimana cara anda menentukan untuk membeli kebutuhan berbelanja sekunder (hiburan) anda?
3. Sebagai pelanggan Violet Mart, bagaimana cara anda dapat mengetahui tentang informasi produk terbaru atau diskon yang tersedia?
4. Menurut Bapak/Ibu apa yang membedakan Violet Mart dengan toko lain?
5. Bagaimana tanggapan anda mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh Violet Mart?
6. Bagaimana tanggapan anda mengenai karyawan Violet Mart?
7. Melalui media apa yang membuat anda tertarik untuk berbelanja di Violet Mart?
8. Bagaimana produk Violet Mart membuat anda tertarik untuk membeli?
9. Bagaimana pendapat anda mengenai harga jual sebanding dengan kualitas yang diberikan?
10. Bagaimana tanggapan anda mengenai penempatan produk dan tata ruang di Violet Mart?
11. Bagaimana Violet Mart dapat membuat anda tertarik untuk berbelanja?

## Transkrip Hasil Wawancara

Hasil transkrip wawancara narasumber utama (Pemilik Usaha Violet Mart)

Nama : Ibu Eva

Usia : 37 Tahun

Jabatan : Pemilik Usaha Violet Mart

Tanggal : 12 Juli 2023

Proses : Wawancara secara langsung (*Offline*)



1. Penulis : Bagaimana cara anda melakukan penataan barang yang sesuai dengan kategori pasar?

Narasumber : *“Tentunya kami akan mengkategorikan dulu jenis barangnya, kayak boneka-boneka, dan mainan dengan mainan. Setelah itu, baru disusun sesuai dengan jenis barang dan usianya. Kalo mainan anak-anak usia 5 tahun keatas dan mainan baby itu kami pisahkan, mainan baby itu kami susun barengan sama perlengkapan baby nya untuk memudahkan customer mencari perlengkapan juga.”*

2. Penulis : Bagaimana cara anda membuat target pasar yang tepat untuk semua kalangan?

Narasumber : *“Kebanyakan produk kami itu untuk semua kalangan, kayak boneka, kami juga ada boneka yang bisa dimainkan sama anak laki-*

*laki. Karna kami punya banyak varian barang yang bisa jadi pilihan untuk semua kalangan usia.”*

3. Penulis : Bagaimana cara anda menentukan strategi yang tepat untuk memenuhi target pasar?

Narasumber : *“Harus mengikuti perkembangan pasar, biasanya kami akan melakukan bazaar terkait kondisi pasar saat itu. Dan memberikan diskon terkait barang-barang yang sedang musim disaat itu.”*

4. Penulis : Bagaimana strategi untuk menarik konsumen agar membeli produk di Violet Mart?

Narasumber : *“Kami memberikan produk terbaik dengan harga yang terbaik.”*

5. Penulis : Sarana apa saja yang digunakan oleh Violet Mart untuk meningkatkan penjualan?

Narasumber : *“Kami sering membuat bazaar event yang diadakan sesuai dengan eventnya masing-masing, seperti natal. Maka bazaar yang kami adakan akan menggunakan tema natal.”*

6. Penulis : Bagaimana Violet Mart mengenalkan produk yang dijual kepada konsumen?

Narasumber : *“Kami memberikan banyak pilihan kepada pelanggan. Kalau customer baru kami memberikan member gratis pengumpulan point yang bisa di gunakan untuk redeem pembelian berupa cash back.”*

7. Penulis : Media pemasaran apa yang digunakan oleh Violet Mart untuk memasarkan produknya?

Narasumber : *“Kami menyebarkan menggunakan brosur dan spanduk yang berisi informasi tentang produk.”*

8. Penulis : Bagaimana menentukan produk yang akan dijual agar menarik minat pembeli?

Narasumber : *“Kami akan memberikan produk yang unik dan beraneka ragam agar pelanggan kami bisa memilih sesuai dengan budget dan pilihan yang menarik.”*

9. Penulis : Bagaimana cara menentukan harga dan potongan harga yang dapat menarik minat pembeli?

Narasumber : *“Kami memberikan harga menyesuaikan produk dan kualitas, untuk beberapa produk di berikan diskon pada saat beberapa moment seperti event-event tertentu.”*

10. Penulis : Bagaimana cara mengatur tempat yang strategis serta tata letak ruang untuk penjualan agar menarik minat pembeli?

Narasumber : *“Saya memilih warna yang terang dan bersih, dan pencahayaan yang terang agar produk terlihat menarik saat dilihat konsumen.”*

11. Penulis : Bagaimana cara Violet Mart menarik minat pembeli dan cara memperkenalkan kepada calon pembeli?

Narasumber : *“Kami memberikan banyak pilihan produk dan beragam harga agar pelanggan bisa dengan puas berbelanja di store kami.”*

### **Transkrip Hasil Wawancara**

Hasil transkrip wawancara narasumber pertama (Konsumen Violet Mart)

Nama : Ibu Lana  
Usia : 34 Tahun  
Jabatan : Customer Violet Mart  
Tanggal : 12 Juli 2023  
Proses : Wawancara secara langsung (*Offline*)



1. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai penataan barang di Violet Mart dalam mempermudah anda saat berbelanja?

Narasumber : *“Sejauh ini selama saya berbelanja di Violet Mart sih oke-oke aja ya, saya bisa cepet nemuin barang yang saya mau tanpa harus nyari nyari disemua rak.”*
2. Penulis : Bagaimana cara anda menentukan untuk membeli kebutuhan berbelanja sekunder (hiburan) anda?

Narasumber : *“Saya biasanya ke Violet Mart karena selain mama nya bisa nyari barang, anaknya juga anteng bisa keliling nyari mainan, jadi ngga cuma mama nya aja yang terhibur, anaknya juga.”*
3. Penulis : Sebagai pelanggan Violet Mart, bagaimana cara anda dapat mengetahui tentang informasi produk terbaru atau diskon yang tersedia?

Narasumber : *“Saya taunya waktu Violet Mart buat bazaar begitu, mereka suka bagi-bagi brosur diskon sama dari instagram juga.”*

4. Penulis : Menurut Bapak/Ibu apa yang membedakan Violet Mart dengan toko lain?

Narasumber : *“Mungkin ke bagian pelayanan customer nya sih karena ketika saya bingung mau beli apa, mas-mas nya bisa bantuin buat kasih rekomendasi. Pelayanan kasirnya juga cepat jadi ngga lama antri.”*

5. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh Violet Mart?

Narasumber : *“Sejauh ini menurut saya sudah baik, karena saat ada bazaar dan ngasih brosur diskon, ya memang beneran diskon.”*

6. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai karyawan Violet Mart?

Narasumber : *“Sudah baik, pelayanan nya cepat, bisa ngasih masukan, kalo bungkus kado juga cepet dan rapih.”*

7. Penulis : Melalui media apa yang membuat anda tertarik untuk berbelanja di Violet Mart?

Narasumber : *“Kebanyakan saya tau nya dari instagram sih.”*

8. Penulis : Bagaimana produk Violet Mart membuat anda tertarik untuk membeli?

Narasumber : *“Karena tempatnya lebih nyaman buat belanja, terus harga di Violet Mart juga oke buat kualitas produk yang bagus.”*

9. Penulis : Bagaimana pendapat anda mengenai harga jual sebanding dengan kualitas yang diberikan?

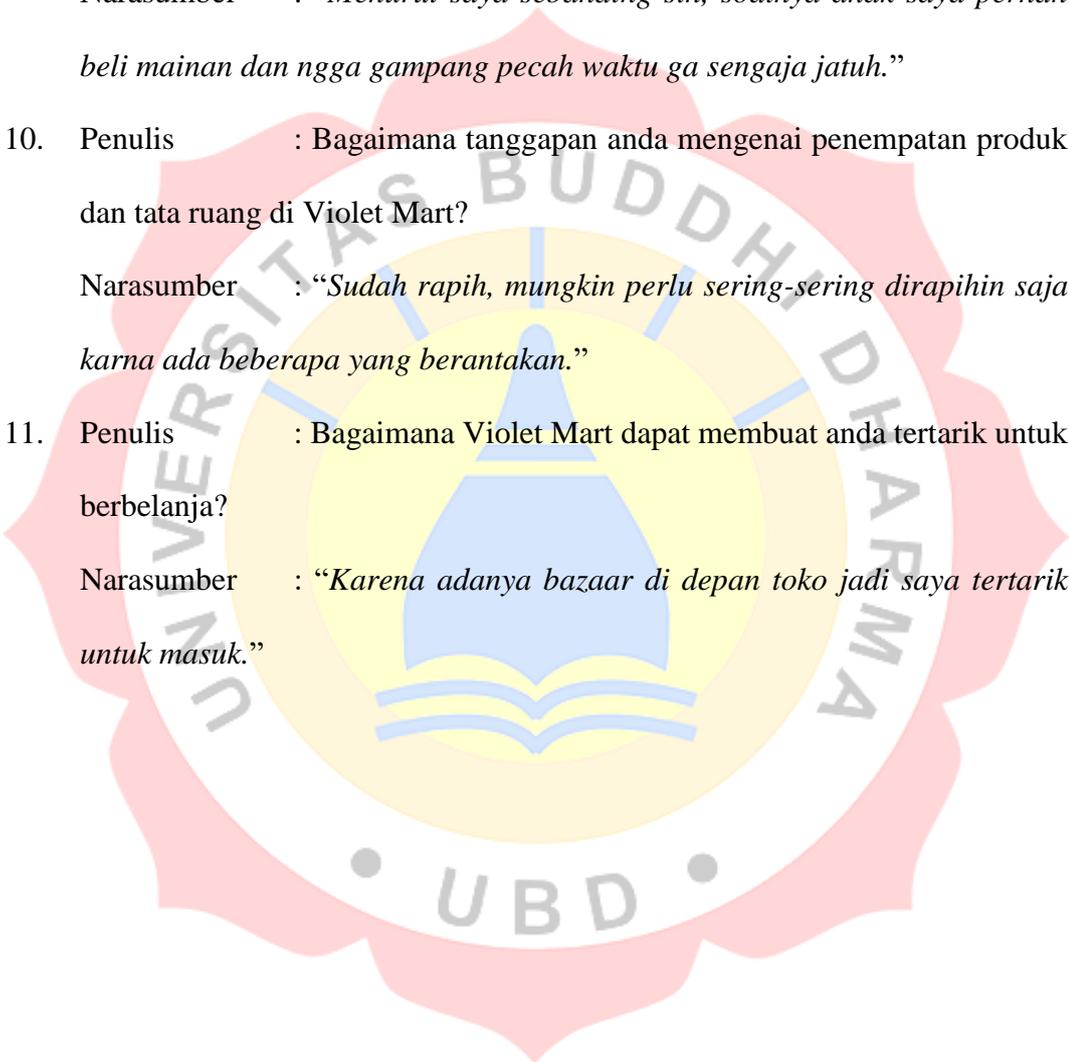
Narasumber : *“Menurut saya sebanding sih, soalnya anak saya pernah beli mainan dan ngga gampang pecah waktu ga sengaja jatuh.”*

10. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai penempatan produk dan tata ruang di Violet Mart?

Narasumber : *“Sudah rapih, mungkin perlu sering-sering dirapihin saja karna ada beberapa yang berantakan.”*

11. Penulis : Bagaimana Violet Mart dapat membuat anda tertarik untuk berbelanja?

Narasumber : *“Karena adanya bazaar di depan toko jadi saya tertarik untuk masuk.”*



## Transkrip Hasil Wawancara

Hasil transkrip wawancara narasumber kedua (Konsumen Violet Mart)

Nama : Ibu Viola

Usia : 37 Tahun

Jabatan : Customer Violet Mart

Tanggal : 12 Juli 2023

Proses : Wawancara secara langsung (*Offline*)



1. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai penataan barang di Violet Mart dalam mempermudah anda saat berbelanja?

Narasumber : *“Menurut saya Violet Mart ini sangat luar biasa, untuk penataan barang yang rapih dan disesuaikan dengan setiap kategorinya yang memudahkan kami para customer untuk mencari barang yang dibutuhkan.”*

2. Penulis : Bagaimana cara anda menentukan untuk membeli kebutuhan berbelanja sekunder (hiburan) anda?

Narasumber : *“Biasanya saya membeli boneka dan mainan untuk hadiah.”*

3. Penulis : Sebagai pelanggan Violet Mart, bagaimana cara anda dapat mengetahui tentang informasi produk terbaru atau diskon yang tersedia?

Narasumber : *“Saya mengetahui dari media sosial dan teman terdekat.”*

4. Penulis : Menurut Bapak/Ibu apa yang membedakan Violet Mart dengan toko lain?

Narasumber : *“Perbedaannya Violet mart dengan toko lain, toko lain lebih memfokuskan kepada penjualan pangan, tetapi Violet Mart berfokus pada penjualan sandang.”*

5. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh Violet Mart?

Narasumber : *“Kegiatan violet mart itu sangat bagus untuk memikat para pelanggan yang selalu melewati toko, jadi selalu ingin melihat dan mampir ke toko.”*

6. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai karyawan Violet Mart?

Narasumber : *“Tanggapan saya mengenai karyawan violet mart ini sangat baik, apabila saya kesulitan mencari barang yang saya inginkan, selalu dibantu dan dicarikan.”*

7. Penulis : Melalui media apa yang membuat anda tertarik untuk berbelanja di Violet Mart?

Narasumber : *“Saya melihat brosur yang dibagikan didepan dan ada beberapa diskon untuk barang yang sedang saya inginkan jadi saya mampir ke toko.”*

8. Penulis : Bagaimana produk Violet Mart membuat anda tertarik untuk membeli?

Narasumber : *“Karena kebutuhan saya untuk membeli hadiah.”*

9. Penulis : Bagaimana pendapat anda mengenai harga jual sebanding dengan kualitas yang diberikan?

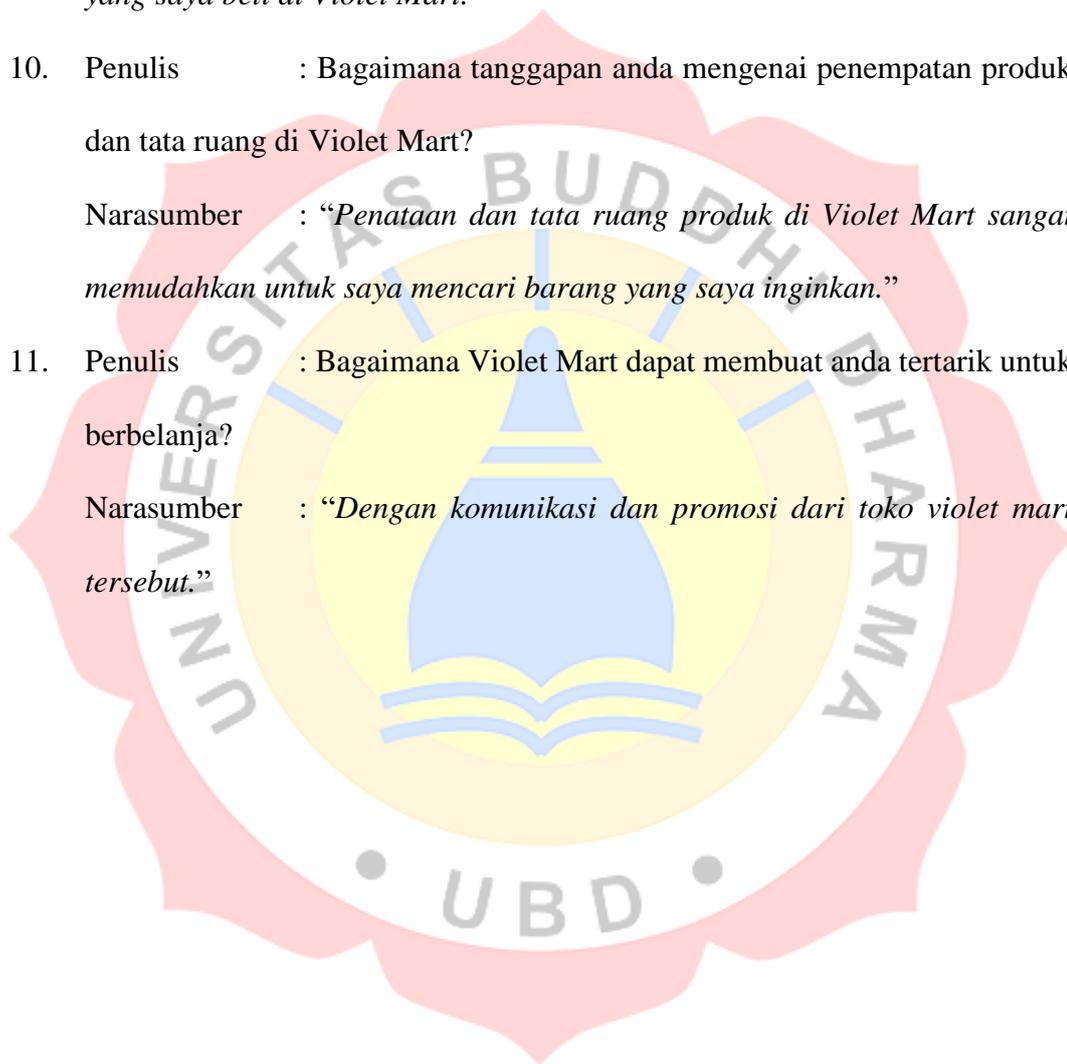
Narasumber : *“Kualitas di violet mart sangat baik, karena saya pernah membeli mainan yang serupa tetapi berbeda merek dan lebih awet barang yang saya beli di Violet Mart.”*

10. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai penempatan produk dan tata ruang di Violet Mart?

Narasumber : *“Penataan dan tata ruang produk di Violet Mart sangat memudahkan untuk saya mencari barang yang saya inginkan.”*

11. Penulis : Bagaimana Violet Mart dapat membuat anda tertarik untuk berbelanja?

Narasumber : *“Dengan komunikasi dan promosi dari toko violet mart tersebut.”*



## Transkrip Hasil Wawancara

Hasil transkrip wawancara narasumber ketiga (Konsumen Violet Mart)

Nama : Bapak Syahrul

Usia : 30 Tahun

Jabatan : Customer Violet Mart

Tanggal : 13 Juli 2023

Proses : Wawancara secara langsung (*Offline*)



1. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai penataan barang di Violet Mart dalam mempermudah anda saat berbelanja?

Narasumber : *“Cukup mudah pas saya belanja, karena sudah disusun sesuai dengan jenisnya.”*

2. Penulis : Bagaimana cara anda menentukan untuk membeli kebutuhan berbelanja sekunder (hiburan) anda?

Narasumber : *“Tergantung pada kesukaan saya pada barang tersebut, misalnya mau beli remote control mobil pasti saya akan memilih jenis mobil yang saya sukai.”*

3. Penulis : Sebagai pelanggan Violet Mart, bagaimana cara anda dapat mengetahui tentang informasi produk terbaru atau diskon yang tersedia?

Narasumber : *“Saya tahu sih lewat spanduk yang ada didepan toko.”*

4. Penulis : Menurut Bapak/Ibu apa yang membedakan Violet Mart dengan toko lain?

Narasumber : *“Ada beberapa produk yang hanya tersedia disini dan tidak dimiliki toko lain.”*

5. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh Violet Mart?

Narasumber : *“Menarik banget si, informasinya juga jelas karena ada brosur.”*

6. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai karyawan Violet Mart?

Narasumber : *“Karyawannya ramah dan membantu dalam mencari hal yang saya butuhkan dan sulit saya dapatkan.”*

7. Penulis : Melalui media apa yang membuat anda tertarik untuk berbelanja di Violet Mart?

Narasumber : *“Instagram.”*

8. Penulis : Bagaimana produk Violet Mart membuat anda tertarik untuk membeli?

Narasumber : *“Harganya lebih murah dibanding kompetitor.”*

9. Penulis : Bagaimana pendapat anda mengenai harga jual sebanding dengan kualitas yang diberikan?

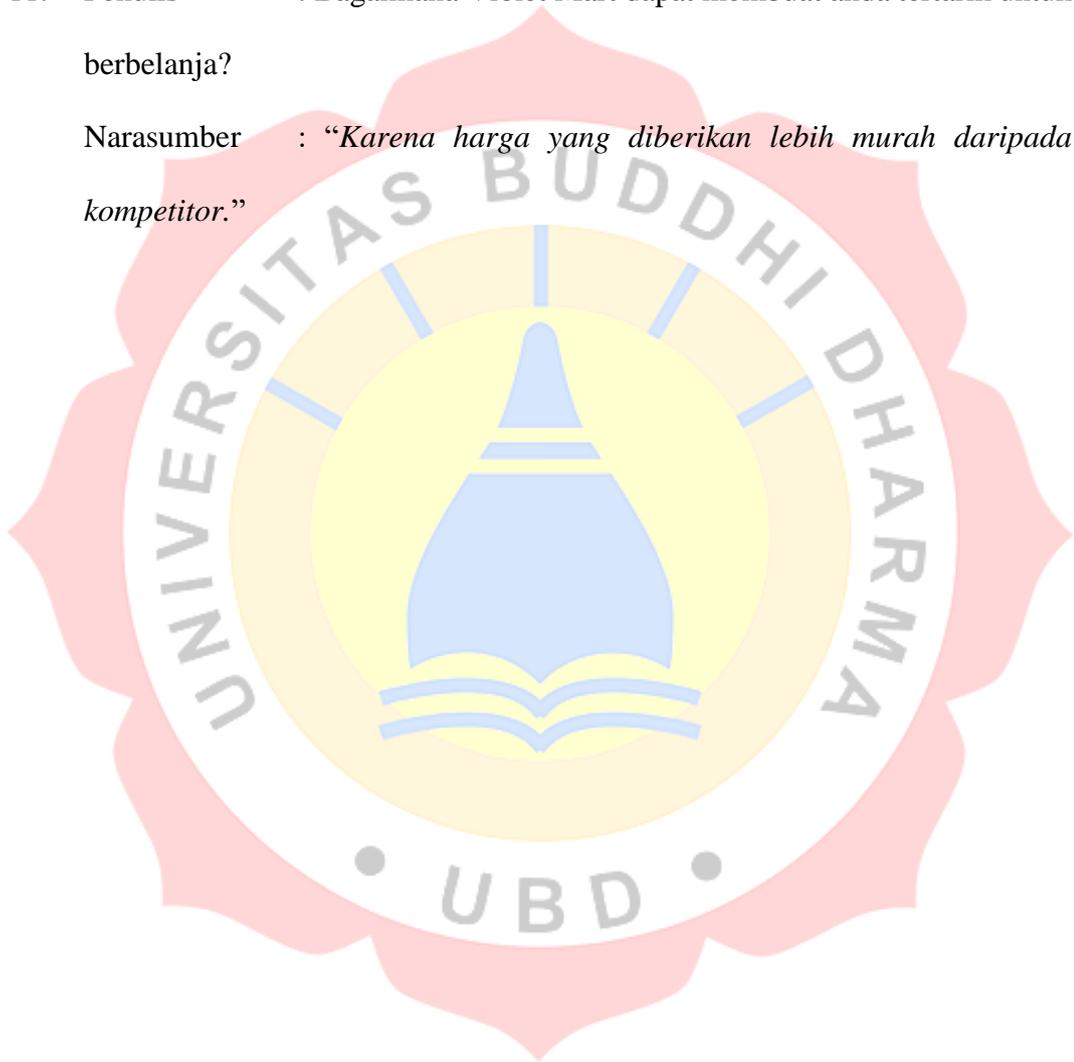
Narasumber : *“Harganya jauh lebih murah dibanding kualitas yang diberikan.”*

10. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai penempatan produk dan tata ruang di Violet Mart?

Narasumber : *“Saya mudah mencari barang karena penyusunannya sesuai dengan jenisnya.”*

11. Penulis : Bagaimana Violet Mart dapat membuat anda tertarik untuk berbelanja?

Narasumber : *“Karena harga yang diberikan lebih murah daripada kompetitor.”*



## Transkrip Hasil Wawancara

Hasil transkrip wawancara narasumber keempat (Konsumen Violet Mart)

Nama : Kakak Vanessa

Usia : 19 Tahun

Jabatan : Customer Violet Mart

Tanggal : 13 Juli 2023

Proses : Wawancara secara langsung (*Offline*)



1. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai penataan barang di Violet Mart dalam mempermudah anda saat berbelanja?

Narasumber : *“Penataan barang di violet mart sangat rapih sehingga memudahkan saya untuk mencari barang yang saya inginkan.”*

2. Penulis : Bagaimana cara anda menentukan untuk membeli kebutuhan berbelanja sekunder (hiburan) anda?

Narasumber : *“Biasanya saya menentukan pembelian barang sesuai dengan acara yang diselenggarakan.”*

3. Penulis : Sebagai pelanggan Violet Mart, bagaimana cara anda dapat mengetahui tentang informasi produk terbaru atau diskon yang tersedia?

Narasumber : *“Saya mengetahui tentang diskon terbaru melalui Instagram atau menanyakan kepada admin Instagram.”*

4. Penulis : Menurut Bapak/Ibu apa yang membedakan Violet Mart dengan toko lain?

Narasumber : *“Violet Mart menjual barang-barang berkualitas dibandingkan toko lain.”*

5. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh Violet Mart?

Narasumber : *“Kegiatan yang dilakukan violet mart sangat menarik perhatian customer yang melewati toko tersebut, sehingga membuat saya sebagai customer nya untuk membeli barang.”*

6. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai karyawan Violet Mart?

Narasumber : *“Karyawan Violet Mart sangat ramah dan informatif.”*

7. Penulis : Melalui media apa yang membuat anda tertarik untuk berbelanja di Violet Mart?

Narasumber : *“Instagram.”*

8. Penulis : Bagaimana produk Violet Mart membuat anda tertarik untuk membeli?

Narasumber : *“Karena barangnya lucu-lucu dan kekinian.”*

9. Penulis : Bagaimana pendapat anda mengenai harga jual sebanding dengan kualitas yang diberikan?

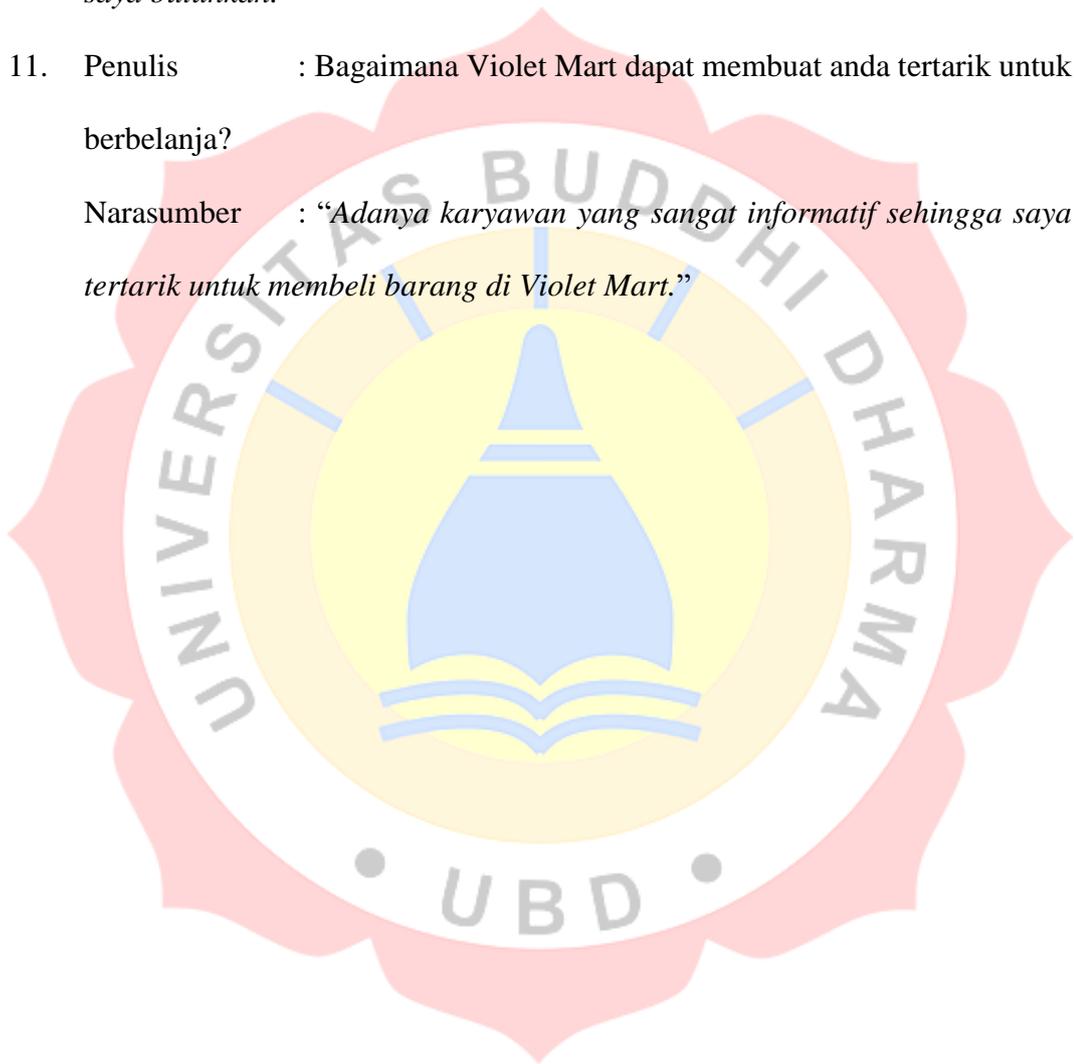
Narasumber : *“Menurut saya harga jual yang diberikan Violet Mart sebanding dengan kualitas barang yang diberikan oleh Violet Mart.”*

10. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai penempatan produk dan tata ruang di Violet Mart?

Narasumber : *“Penempatan produk dan tata ruang sesuai dengan kategori per-barang sehingga memudahkan saya untuk mencari barang yang saya butuhkan.”*

11. Penulis : Bagaimana Violet Mart dapat membuat anda tertarik untuk berbelanja?

Narasumber : *“Adanya karyawan yang sangat informatif sehingga saya tertarik untuk membeli barang di Violet Mart.”*





September 11, 2023

**Editor Explanation:**

Dears RENITA SARI,  
Thank you for your trusts in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID : 20190400075  
Faculty : ILMU KOMUNIKASI  
Title : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO VIOLET  
MART DI GRAND TOMANG KOTA TANGERANG  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN  
Type : Thesis

**Turnitin** Suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count : 13622  
Character Count : 88205  
**Similarity Index** : **18%**  
Internet Source : 17%  
Publication : 4%  
Student Paper : 7%  
Exclude quotes : Off  
Exclude bibliography : Off  
Exclude matches : Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,  
**Frendy Dodo Chang, S.Kom**  
Faculty of Social Sciences and Humanities  
Buddhi Dharma University (UBD)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Pribadi

Nama Lengkap : Renita Sari  
Tempat Tanggal Lahir : Tangerang, 15 Desember 2001  
Jenis kelamin : Perempuan  
Agama : Buddha  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Villa Regency 1 Blok OB 7 No. 4, Tangerang.  
Nomor telepon : 08111230329  
IPK : 3,65  
Riwayat Pendidikan : SD Penerus Bangsa  
SMP Penerus Bangsa  
SMK Strada Daan Mogot  
Universitas Buddhi Dharma





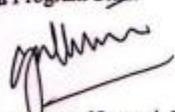
## UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

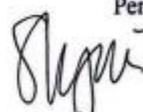
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang  
021 5517853 / 021 5586822 admin@buddhidharma.ac.id

### KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20190400075  
Nama Mahasiswa : RENITA SARI  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : Strata Satu  
Tahun Akademik/Semester : 2022/2023 Genap  
Dosen Pembimbing : Suryadi Wardiana, M.I.Kom  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Violet Mart Di Grand Tomang Kota  
Tangerang Dalam Meningkatkan Penjualan

Tanggal	Catatan	Paraf
2023-03-20	Pengajuan Judul	W
2023-03-24	Penetapan Judul	W
2023-07-19	Review BAB I dan Revisi BAB I	W
2023-05-18	ACC BAB I dan Pengerjaan BAB II	W
2023-05-26	ACC BAB II dan Pengerjaan BAB III	W
2023-06-07	ACC BAB III	W
2023-06-13	Pengajuan Pedoman Wawancara	W
2023-06-19	ACC Pedoman Wawancara dan Pengerjaan BAB IV	W
2023-07-05	Revisi BAB IV dan Pengerjaan BAB V	W
2023-07-14	Review BAB V, Cover dan Lampiran	W
2023-07-18	ACC Keseluruhan dan Siap Sidang	W

Mengetahui  
Ketua Program Studi  
  
Galuh Kusuma Hapsari, M.I.Kom.

Tangerang, 11 September 2023  
Pembimbing  
  
Suryadi Wardiana, M.I.Kom