

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah di lakukan. Penulis mendapatkan kesimpulan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang di lakukan Vit.Lashes melalui media sosial TikTok berhasil meningkatkan minat pelanggan dengan cara sebagai berikut:

1. Vit.Lashes menggunakan Strategi Komunikasi Pemasaran dengan memanfaatkan fitur *live streaming* di TikTok dan pembuatan konten mengenai proses penggerjaan, testimoni, *review* pelanggan dan potongan harga.
2. Vit.Lashes melakukan strategi promosi penjualan dengan memberikan potongan harga, *voucher discount*, garansi perawatan, perbaikan gratis, dan memberikan *freebies* setelah perawatan.
3. Vit.Lashes melakukan *direct marketing* atau pemasaran langsung kepada pelanggan.
4. Vit.Lashes memberikan pelayanan prima (service excellence), seperti after service kepada para pelanggan.
5. Vit.Lashes menerapkan strategi analisis swot untuk megetahui kekuatan dan peluang yang ada pada usahanya, serta untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang akan datang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Vit.Lashes melalui media sosial TikTok dengan memanfaatkan fitur *live streaming*, pembuatan konten, promosi penjualan dan pemberian pelayanan prima terbukti meningkatkan minat pelanggan.

5.2 Saran

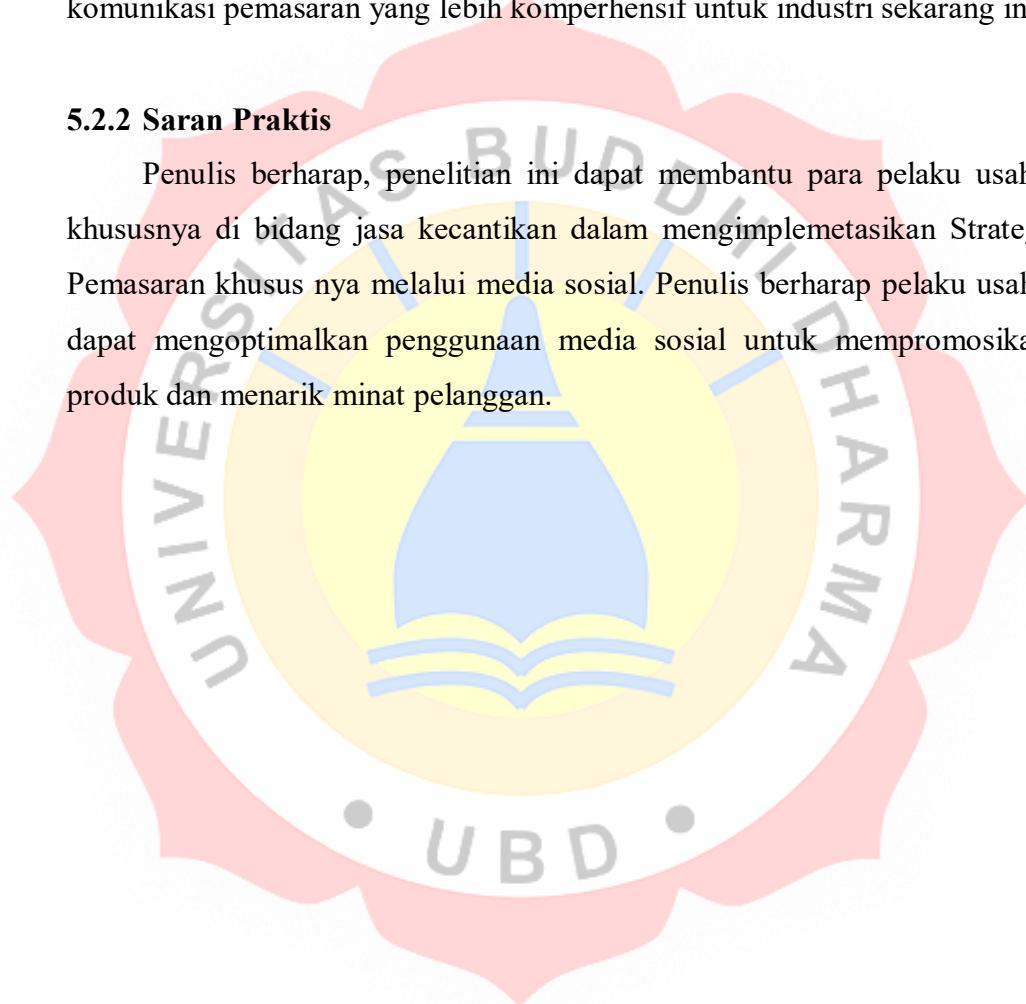
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di lakukan, Penulis memiliki beberapa saran untuk pihak-pihak terkait. Sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi refensi bagi penelitian selanjutnya dalam memahami komunikasi pemasaran di industri jasa kecantikan, terutama dalam platform media sosial seperti TikTok untuk memperdalam analisa efektivitas TikTok sebagai media sosial. Selain itu, penelitian selanjutnya, di harapkan dapat lebih baik lagi dalam mengkaji persepsi dan respon pelanggan serta mengembangkan penggunaan komunikasi pemasaran yang lebih komprehensif untuk industri sekarang ini.

5.2.2 Saran Praktis

Penulis berharap, penelitian ini dapat membantu para pelaku usaha khususnya di bidang jasa kecantikan dalam mengimplementasikan Strategi Pemasaran khusus nya melalui media sosial. Penulis berharap pelaku usaha dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk dan menarik minat pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- Aprilla, I. W., & Amalia, S. (2019). Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v5i1.1611>
- Azhari Harahap, I., Yusdi Arwana, N., & Wahyu Tami Br Rambe, S. (2020). Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 136–140. <https://core.ac.uk/download/pdf/553315175.pdf>
- Darmawan. (2024). *Perencanaan Bisnis* (A. Ulinnuha (ed.); Cetakan Pe). Sinar Grafika Offset. https://www.google.co.id/books/edition/Perencanaan_Bisnis/YJ_7EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=sejarah+analisis+swot&pg=PA37&printsec=frontcover
- DIRGANTARA WICAKSONO. (2021). HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN TANGGUNG JAWAB DENGAN KEPUASAN PELANGGAN FAKULTAS ILMU SOSIAL UNJ. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN*, 9. chrome extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/ <https://media.neliti.com/media/publications/114017-ID-hubungan-antara-kualitas-pelayanan-dan-t.pdf>
- Haque Marissa Grace, Fawzi, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, D. S. (2022). Strategi Pemasaran;Konsep, Teori, Implementasi. In Putri Della Anastiya (Ed.), *Strategi Pemasaran;Konsep, Teori, Implementasi* (p. 9). Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/4973/1/BOOK%2C%202022%2C%20MONOGRAPH%2C%20Buku%20Ajar%20Ilmu%20Pemasaran%20Stratejik%2C%2028e-Book%2C%20Gramedia%29%2C%20Marissa%20Grace%20Haque%2C%20et%20al.pdf>
- Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi Penulis. In F. A. Darma & D. M. Utomo (Eds.), *UMSIDA PRESS* (Cetakan Pe). UMSIDA PRESS.
- Hariyanto, D. (2023). Komunikasi Pemasaran. In D. F. A. M. T. Mumtazam (Ed.), *UMSIDA press* (Edisi Pert). UMSIDA Press. <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-464-068-7/1112>
- Hidayat, R., Menhard, Yulita, R., Wahab, W., Ilyas, M., & Nusyirwan. (2023).

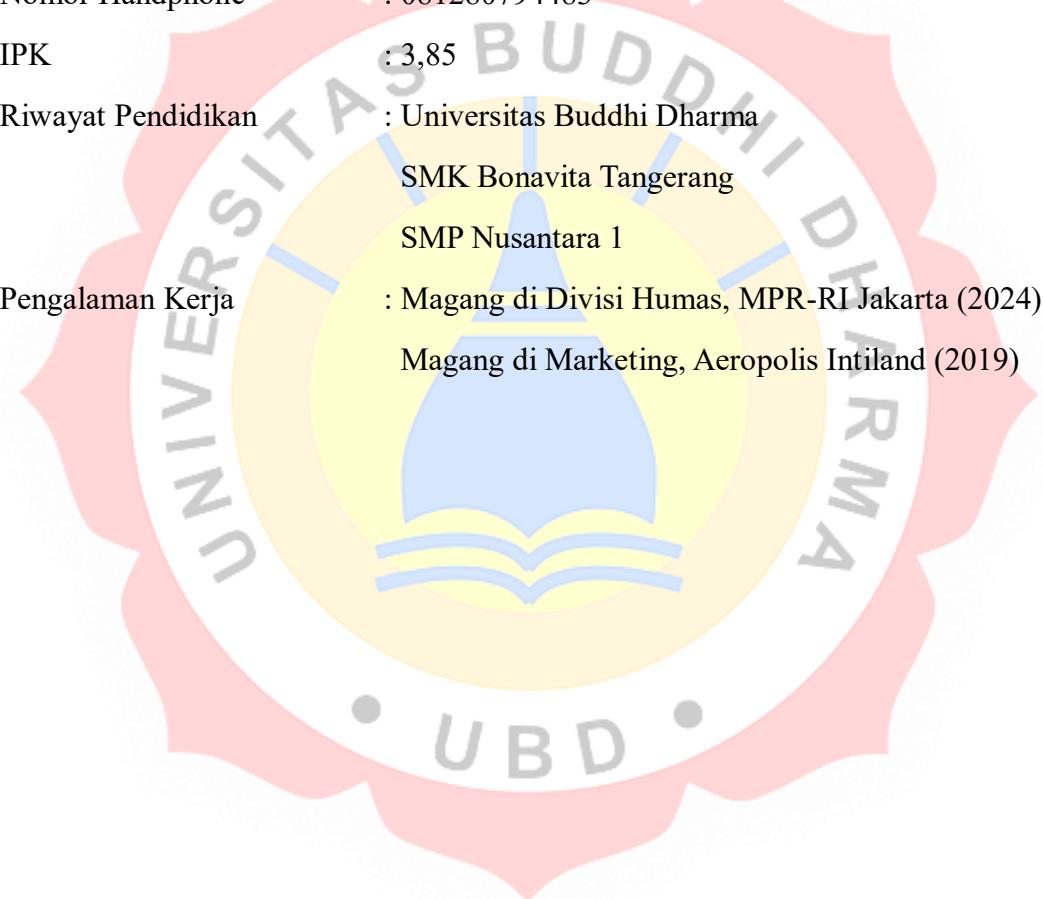
- Manajemen Pemasaran* (Nurjannah (ed.)). CV. AZKA PUTRA. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/wBzxEA-AAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=jenis-jenis+promosi&pg=PA195&printsec=frontcover
- Irwasyah, I., & Suradji, M. (2021). Pelanggan Dan Karakteristiknya Dalam Pendidikan Islam. *TA 'LIM : Jurnal Studi Pendidikan Islam*, 4(2), 170–188. <https://doi.org/10.52166/talim.v4i2.2589>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kata dasar Minat// <https://kbbi.web.id/minat> di akses pada 21 April 2025, pukul 08.00
- Liputan 6, Fungsi dan Tujuan Promosi: Strategi Pemasaran yang Efektif untuk Bisnis, <https://www.liputan6.com/feeds/read/5904417/fungsi-dan-tujuan-promosi-strategi-pemasaran-yang-efektif-untuk-bisnis?page=2> di akses pada Tanggal 5 April 2025, Pukul 11.00 WIB.
- Matondang, A. (2018). Pengaruh antara Minat dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(2), 24–32. file:///C:/Users/Amanda/Downloads/1215-3000-1-SM.pdf
- Miranda, A., Latief, F., & Z, N. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAKEOVER PADA MAHASISWA ITB NOBEL INDONESIA*. 1, 29–41. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/3446/1722>
- Nastiti, D. (2021). Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat Teori Dan Aplikasinya. *Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat Teori Dan Aplikasinya*. <https://doi.org/10.21070/2020/978-623-6833-74-2>
- Novita, D., Herwanto, A., Cahyo Mayndarto, E., Anton Maulana, M., & Hanifah, H. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543–2550. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>
- Oktavia, V. D., Sarsono, S., & Marwati, F. S. (2022). Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Cv Cipta Kimia Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 540. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4656>

- Radiansyah, E., & Reza, R. (2025). *Pengaruh Pemasaran Interaktif Terhadap Risiko dan Pembelian Impulsif Konsumen Skintific di Kalianda. The Influence of Interactive Marketing on Risk and Impulse Buying of Skintific Consumers in Kalianda.* 5(1), 725–736. file:///C:/Users/Amanda/Downloads/866-Article Text-3988-1-10-20250329 (1).pdf
- Rahmayati, Siti Mujiatun, N. R. (2022). *Mini Banking and Service Excellence* (Afif Badawi (ed.); Cetakan-1). UMSU Press. https://www.google.co.id/books/edition/Mini_Banking_and_Service_Excellence/DOQ3EQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Tentang+service+excellent+lengkap&pg=PA176&printsec=frontcover
- Rolito, W. A., & Rini, R. O. P. (2025). Analisis Pelayanan Prima terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali pada Tatido X Fatboy. *JIRK Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(8), 5791–5802. <https://www.bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/9400/7393>
- Sabila, S. S., Dwiyanti, S., Usodiningtyas, S., & Faidah, M. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA EYELASH EXTENSION DI IDA TRIZANTI BEAUTY CENTER MALANG. *E-Jurnal*, 11, 1–11.
- Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Furnilux Indonesia. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1). <https://doi.org/10.57249/jbk.v8i1.75>
- Senjaliani, V., & Suwarno, H. L. (2025). Peran Penggunaan Media Sosial Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi. *Jurnal Manajemen*, 21(2), 158–183. <https://doi.org/10.25170/jm.v21i2.5563>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Sugiyono 2020 (Sutopo (ed.); Cetakan Ke). Alfabeta CV. <https://online.anyflip.com/xobw/rfpq/mobile/index.html>
- Susanti, R. (2022). *Komunikasi Ilmiah: Strategi Antibingung Menyusun Karya Ilmiah* (Nurrahmawati (ed.); Cetakan Pe). CV. Bintang Semesta Media. https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Ilmiah/_hStEAAAQ

- BAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Komunikasi+Ilmiah+:+Strategi+Antibingung+Menyusun+Karya+Ilmiah&pg=PA74&printsec=frontcover
- Syarifuddin, Mandey Silvya L. Mandey, & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). *SEJARAH PEMASARAN DAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN* (J. B. Maramis (ed.); Cetakan 20). CV. Istana Agency.
- Tentang TikTok Shop dan Showcase/ <https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-shopping-and-showcase?lang=id> di akses pada 03 Juli 2025, Pukul 18.00
- Vina, A., Permanasari, L., Risa, M., & Haryanto, R. (2024). Strategi Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Dermaga Angkutan Penumpang PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Sub Regional Kalimantan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 99–107. <http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/JBM>
- Wahyudi; Andika Jaya Maulana; Rinto Widyanto, A. R. I. R. E. (2024). Manajemen Pemasaran. In Efitra (Ed.), *Buku Ajar* (Cetakan Pe). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran/ZmkcEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=marketing+mix+4p&pg=PA28&printsec=frontcover
- We Are Social, Special Report Digital 2025/ <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025> di akses pada 10 Maret 2025, pukul 11.30 WIB
- Wibowo, I. K. M., & Widodo, E. (2024). STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN MERK PADA SALON KAYLA BEAUTY LASH. *Jurnal Transaksi*, 16(2), 59.
- Wulandari, S., Halizah, S. N., & Darlin, E. (2025). Peran Konten TikTok dalam Mengembangkan Branding sebagai Media Bisnis Digital yang Berprofitabilitas. *Journal of Science and Education Research*, 4(1). <https://jurnal.insanmulia.or.id/index.php/jser/article/view/175/95>
- Yusuf, M. F. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi untuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) dan Umum* (Daru Tunggul Aji (ed.); Cetakan ke). Pustaka Ilmu. <https://pustakailmu.co.id/wp-content/uploads/2021/03/ilmu-komunikasi.pdf>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap	: Amanda Audia Sutisna
Tempat, Tanggal Lahir	: Tangerang, 15 September 2002
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia
Alamat	: Jl.Subandi, Rancadulang No.13 Cimone.
Nomor Handphone	: 081280794483
IPK	: 3,85
Riwayat Pendidikan	: Universitas Buddhi Dharma SMK Bonavita Tangerang SMP Nusantara 1
Pengalaman Kerja	: Magang di Divisi Humas, MPR-RI Jakarta (2024) Magang di Marketing, Aeropolis Intiland (2019)





UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

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

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20210400082
Nama Mahasiswa : AMANDA AUDIA SUTISNA
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2024/2025 Genap
Dosen Pembimbing : Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.IKom
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Vit.Lashes Melalui Media Sosial TikTok
Untuk Meningkatkan Minat Pelanggan.

Tanggal	Catatan	Paraf
2025-03-03	Konsultasi kerangka konseptual, teori I & judul	↑
2025-03-21	Mengajukan bab 1-3	↑
2025-04-22	Revisi Bab 1-3	↑
2025-04-28	Revisi BAB 1-3	↑
2025-05-08	Revisi Bab 1-2	↑
2025-06-05	Revisi Bab 1-2	↑
2025-06-15	Revisi Bab 4	↑
2025-06-20	Revisi Bab 4	↑
2025-06-23	Revisi bab 4	↑
2025-06-26	Revisi Bab 4	↑
2025-07-02	Revisi final Bab 4 dan 5	↑
2025-07-03	Acc Skripsi	↑

Mengetahui
Ketua Program Studi



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom

Tangerang, 10 July 2025

Pembimbing



Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.IKom



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Kreativitas Membangkitkan Inovasi

August 20th, 2025

Editor Explanation:

Dear Amanda,
Thank you for your trust in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID : 20210400082
Faculty/Study Program : Social Sciences and Humanities/Communication Sciences
Title : Strategi Komunikasi Pemasaran @Vit.Lashes Melalui Media Sosial TikTok Untuk Meningkatkan Minat Pelanggan
Type : Thesis

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

Word Count	:	17171
Character Count	:	108462
Similarity Index	:	23%
Internet Source	:	22%
Publication	:	8%
Student Paper	:	7%
Exclude quotes	:	Off
Exclude bibliography	:	Off
Exclude matches	:	Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show an 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,

Shenny Ayuhuri Beata Sitinjak, S.S., M.M., M.Hum.
Faculty of Social Sciences and Humanities
Buddhi Dharma University (UBD)



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Kreativitas Membangkitkan Inovasi

No : 028/II/FSH/IV/2025

Lampiran : -

Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Yth.

Ibu Evita Veren

Pemilik Usaha Vit. Lashes

Ruko Food City, Green Lake City No.16 Lt.3

Duri Kosambi, Cengkareng, Jakarta Barat 11750



Dengan hormat,

Sehubungan dengan kewajiban bagi mahasiswa semester akhir untuk menyelesaikan skripsi di Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma, dengan ini kami mengajukan permohonan izin untuk melakukan penelitian di Vit. Lashes selama tiga bulan dari April hingga Juni 2025 bagi mahasiswa kami di bawah ini:

Nama : Amanda Audia Sutisna

NIM : 20210400082

Semester : VIII (8)

Demikian surat permohonan izin ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama Ibu kami mengucapkan terima kasih.

Tangerang, 30 April 2025

Hormat kami,



Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum
Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora

Tembusan:

1. Kaprodi Ilmu Komunikasi
2. Arsip



VIT.LASHES
Ruko Food City, Green Lake City No.39
Duri Kosambi, Jakarta Barat
Tlp: 0812-3480-0199

No: 001/05/Vit.Lashes

Lampiran :-

Hal: Surat Balasan Izin Penelitian

Dengan Hormat,

Sehubung dengan surat permohonan izin penelitian yang telah di ajukan. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Evita Veren

Jabatan : Pemilik Usaha @Vit.Lashes.

Dengan ini, menyatakan bahwa Vit.Lashes memberikan izin untuk menjadi tempat penelitian dan pengambilan data yang di lakukan oleh Amanda Audia, Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Tangerang, untuk memenuhi tugas akhir nya dengan judul "Strategi Komunikasi Pemasaran @Vit.Lashes Melalui Media Sosial TikTok Untuk Meningkatkan Minat Pelanggan". Penelitian tersebut benar di lakukan pada bulan April hingga Juni 2025.

Demikian surat konfirmasi ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu, kami ucapan terima kasih.

Tangerang, 1 Mei 2025

Pemilik Usaha
Evita Veren

LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian dengan judul:

**"STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AKUN TIKTOK @VIT.LASHES
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT PELANGGAN."**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Evita Veren

Usia : 28 Tahun

Jabatan : Owner @Vit.Lashes

Domisili : Kabupaten Tangerang

Dengan ini menyatakan, bahwa saya bersedia dan menyetujui untuk menjadi informan dalam penelitian yang di lakukan oleh Amanda Audia Sutisna, tanpa adanya paksaan dan tidak akan merugikan pihak manapun. Saya percaya bahwa seluruh informasi yang saya berikan melalui wawancara akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Demikian surat pernyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 17 Mei 2025



Evita Veren

LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian dengan judul:

**“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AKUN TIKTOK @VIT.LASHES
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT PELANGGAN.”**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Kelvin Wijaya

Usia : 24 Tahun

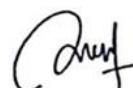
Jabatan : Editor @Vit.Lashes

Domisili : Jakarta

Dengan ini menyatakan, bahwa saya bersedia dan menyetujui untuk menjadi informan dalam penelitian yang di lakukan oleh Amanda Audia Sutisna, tanpa adanya paksaan dan tidak akan merugikan pihak manapun. Saya percaya bahwa seluruh informasi yang saya berikan melalui wawancara akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Demikian surat pemyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 18 Mei 2025



Kelvin Wijaya

LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian dengan judul:

**"STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AKUN TIKTOK @VIT.LASHES
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT PELANGGAN."**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Chatarine Caroline

Usia : 23 Tahun

Jabatan : Pelanggan @Vit.Lashes

Domisili : Kabupaten Tangerang

Dengan ini menyatakan, bahwa saya bersedia dan menyetujui untuk menjadi informan dalam penelitian yang di lakukan oleh Amanda Audia Sutisna, tanpa adanya paksaan dan tidak akan merugikan pihak manapun. Saya percaya bahwa seluruh informasi yang saya berikan melalui wawancara akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Demikian surat pernyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 19 Mei 2025



Chatarine Caroline

LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian dengan judul:

“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AKUN TIKTOK @VIT.LASHES SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT PELANGGAN.”

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Monica Wijaya

Usia : 22 Tahun

Jabatan : Pelanggan @Vit.Lashes

Domisili : Kota Tangerang

Dengan ini menyatakan, bahwa saya bersedia dan menyetujui untuk menjadi informan dalam penelitian yang di lakukan oleh Amanda Audia Sutisna, tanpa adanya paksaan dan tidak akan merugikan pihak manapun. Saya percaya bahwa seluruh informasi yang saya berikan melalui wawancara akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Demikian surat pernyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 25 Mei 2025



Monica Wijaya

LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian dengan judul:

**“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AKUN TIKTOK @VIT.LASHES
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT PELANGGAN.”**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Irma

Usia : 30 Tahun

Jabatan : Pelanggan @Vit.Lashes

Domisili : Kabupaten Tangerang

Dengan ini menyatakan, bahwa saya bersedia dan menyetujui untuk menjadi informan dalam penelitian yang di lakukan oleh Amanda Audia Sutisna, tanpa adanya paksaan dan tidak akan merugikan pihak manapun. Saya percaya bahwa seluruh informasi yang saya berikan melalui wawancara akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Demikian surat pernyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 30 Mei 2025



Irma

LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian dengan judul:

**"STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AKUN TIKTOK @VIT.LASHES
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT PELANGGAN."**

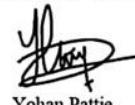
Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Yohana Pattie
Usia : 23 Tahun
Jabatan : Pelanggan @Vit.Lashes
Domisili : Kota Tangerang

Dengan ini menyatakan, bahwa saya bersedia dan menyetujui untuk menjadi informan dalam penelitian yang di lakukan oleh Amanda Audia Sutisna, tanpa adanya paksaan dan tidak akan merugikan pihak manapun. Saya percaya bahwa seluruh informasi yang saya berikan melalui wawancara akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Demikian surat pernyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 1 Juni 2025

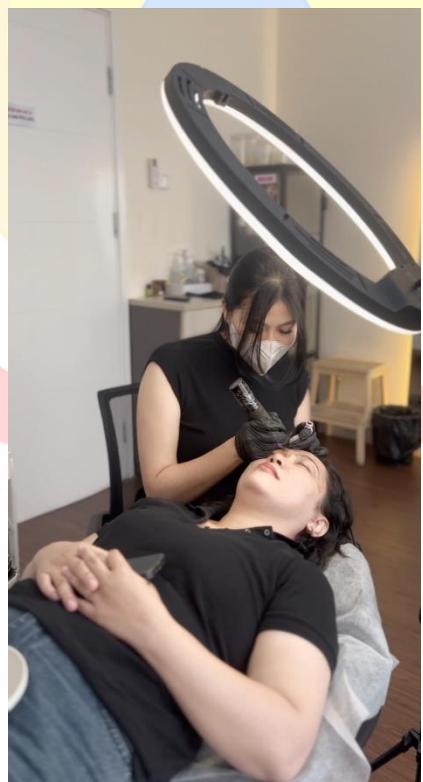
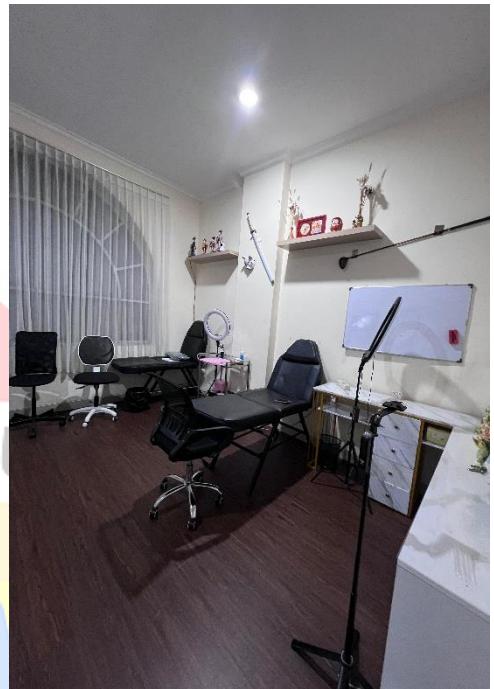


Yohan Pattie

LAMPIRAN







PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA
DAFTAR PERTANYAAN UNTUK NARASUMBER
(PEMILIK USAHA @VIT.LASHES):

1. Sejak kapan usaha salon kecantikan Vit.Lashes di dirikan?
2. Apa saja jenis perawatan yang ditawarkan dan disediakan pada Vit.Lashes?
3. Dimana saja lokasi Vit.Lashes? (Apakah sudah cukup strategis)
4. Bagaimana cara menantukan harga untuk setiap jasa perawatan yang di sediakan oleh Vit.Lashes?
5. Promosi Penjualan apa saja yang di lakukan Vit.Lashes untuk menarik minat pelanggan?
6. Apakah Vit.Lashes pernah menggunakan bentuk komunikasi pemasaran *Public Relations*?
7. Apakah Vit.Lashes menggunakan Penjualan Personal (*Personal Selling*)?
8. Apakah Vit.Lashes melakukan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) kepada pelanggan?
9. Apa saja bentuk pemasaran digital yang Vit.Lashes lakukan di TikTok dan Apakah pemasaran digital di TikTok berhasil meningkatkan minat pelanggan?
10. Apakah Vit.Lashes menggunakan pemasaran digital selain di TikTok? Jika iya mana kah pemasaran digital yang paling berpengaruh?
11. Dengan banyak nya media sosial yang ada. Mengapa anda memilih TikTok sebagai media promosi untuk Vit.Lashes?
12. Apa strategi atau promosi yang digunakan oleh Vit.Lashes untuk meningkatkan minat Pelanggan?
13. Bagaimana cara membangun interaksi dengan penonton saat melakukan *Live Streaming* di TikTok?
14. Apa saja kekuatan Vit.Lashes dalam menjalankan bisnis kecantikan ini?
15. Apa saja kelemahan dari Vit.Lashes itu sendiri?
16. Bagaimana cara mengatasi kelemahan pada Vit.Lashes?
17. Bagaimana cara memanfaatkan peluang yang ada?

18. Apa yang di lakukan Vit.Lashes untuk menghadapi ancaman *eksternal* perusahaan? (seperti persaingan bisnis dan seberapa banyak persaingan bisnis tersebut)
19. Bagaimana cara Vit.Lashes membangun hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas Pelanggan?
20. Adakah peluang yang di dapatkan saat menggunakan TikTok sebagai media promosi?
21. Apakah penggunaan TikTok terbukti efektif dalam meningkatkan minat Pelanggan?



TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Nama : Evita Veren
Jabatan : Pemilik Usaha
Tanggal : 17 Mei 2025
Proses : Tatap Muka



- Penulis:Sejak kapan usaha salon kecantikan Vit.Lashes di dirikan?**
Narasumber: Aku buka usaha Vit.Lashes sejak 2017.
- Penulis: Jenis perawatan apa saja yang di tawarkan dan di sediakan di Vit.Lashes?**
Narasumber: Vit.Lashes menyediakan perawatan seperti sulam alis, sulam bibir, untuk bulu mata juga ada seperti *eyelash extention*, *lash lift* dan *hairlay* atau sulam rambut, jadi yang rambutnya botak di beberapa titik dapat di atasi. Untuk sulam bibir hasil warna nya bisa request sesuai keinginan customers, begitu juga dengan sulam alis, dan pembuatan tatto.
- Penulis:Dimana saja lokasi salon kecantikan Vit.Lashes?(Apakah sudah cukup strategis?)**
Narasumber: Vit.Lashes memiliki dua tempat salon kecantikan dengan lokasi yang berbeda yaitu di Tangerang dan Green Lake Jakarta. Cukup strategis menurut aku, yang pertama pelanggan bisa pilih ke studio Tangerang/Jakarta

yang lebih dekat sama wilayah mereka. Untuk cabang pertama, cukup strategi dan dapat di akses untuk mobil dan lokasi kedua lebih strategi lagi, karena terletak di pinggir jalan dan di tengah kota kan, jadi lebih mudah terjangkau oleh pelanggan.

4. Penulis:Sebagai owner, bagaimana cara menentukan harga untuk setiap jasa perawatan pada salon kecantikan Vit.Lashes?

Narasumber: Aku cari tau dulu harga pasaran nya berapa, terus aku juga menyesuaikan sama bahan yang digunakan seperti tinta, dan aku juga menyesuaikan sama skill aku.

5. Penulis:Promosi Penjualan apa saja yang di lakukan Vit.Lashes untuk menarik minat pelanggan?

Narasumber: Untuk promosi penjualan Vit.Lashes pastinya ngasih potongan harga ya, terus *voucher discount* untuk pelanggan tercepat atau tertentu, aku juga kasih garansi perawatan dan *free retouch*, dan juga kasih sisir bulu mata gratis untuk yang abis eyelash. Aku juga suka cari orang untuk jadi model sulam alis atau bibir untuk yang *course* di Vit.Lashes”.

6. Penulis:Apakah Vit.Lashes pernah menggunakan bentuk komunikasi pemasaran *Public Relations*?

Narasumber: Ya, pernah ngadain workshop kursus sulam alis tapi berbayar.

7. Penulis:Apakah Vit.Lashes menggunakan Penjualan Personal (*Personal Selling*)?

Narasumber: Pastinya pernah ya, pernah *share* brosur untuk kenalin Vit.Lashes secara langsung di perumahan sama di jalan-jalan.

8. Penulis:Apakah Vit.Lashes melakukan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) kepada pelanggan?

Narasumber: Sering untuk *follow up*, biasanya by WhatsApp aja untuk ngasih tau mengingatkan mereka bulan ini sulam lagi disc 20%, memberitahu mengenai open slot treatment, jadwal treatment yang tersedia, sisa kuota slot perawatan, slot kosong untuk treatment, diskon menarik.

9. Penulis: Apa saja bentuk pemasaran digital yang Vit.Lashes lakukan di TikTok dan Apakah pemasaran digital di TikTok berhasil meningkatkan

minat pelanggan?

Narasumber: Kalo pemasaran di TikTok aku lakuin *live streaming* aku jelasin proses pengerjaan nya gimana dari awal sampai akhir, membuat konten yang menarik seputar kecantikan, mengunggah video atau foto before-ater perawatan. Mempengaruhi banget, promosi di TikTok ningkatin penjualan banget, bahkan ada pelanggan aku dari luar negeri dateng untuk perawatan dan mereka tau dari TikTok.

10. Apakah Vit.Lashes menggunakan pemasaran digital selain di TikTok?

Jika iya mana kah pemasaran digital yang paling berpengaruh?

Narasumber: Ke semua sosial media kalo bisa, malah awalnya tuh aku share di facebook dulu, Whats App, terus Instagram nah baru deh aku ke TikTok .Yang paling berpengaruh di TikTok pastinya. TikTok tuh cepet banget naik nya, asal kita harus rajin post konten.

11. Penulis:Dari banyak nya media sosial yang ada, kenapa anda lebih memilih TikTok sebagai media promosi untuk Vit.Lashes?

Narasumber: Seperti yang kita ketahui, TikTok kan lagi popular juga kan, karena ke popularan nya itu banyak ni orang yang tertarik nontonin video-video dengan durasi pendek, jadi aku pilih TikTok karena selain sebagai media hiburan bisa jadi media promosi juga.

12. Penulis: Strategi apa yang di lakukan Vit.Lashes untuk meningkatkan minat Pelanggan?

Narasumber: Dengan cara, aku buat banyak video biar lebih update lagi, agar konten nya juga cepat fyp, terus aku juga buat promo dan sering melakukan *live streaming*.

13. Penulis: Bagaimana cara anda membangun interaksi dengan penonton saat sedang melakukan *live streaming*?

Narasumber: Dengan melakukan tanya jawab, memberikan penjelasan kepada Pelanggan mengenai perawatan yang sedang di lakukan seperti “sulam disini gak berdarah” dengan secara detail, dari proses awal hingga selesai.

- 14. Penulis:Selama menjalankan bisnis salon kecantikan ini, apa saja kekuatan dari Vit.Lashes itu sendiri?**

Narasumber:Kekuatan Vit.Lashes itu yaa, hmm Vit.Lashes menggunakan teknologi yang canggih, sudah bersertifikat *international*, sebagai *owner* aku juga terus *update skill* juga, Vit.Lashes juga memiliki dua cabang jadi pelanggan aku dari daerah manapun bisa menjangkau nya. Vit.Lashes juga selalu menjaga kualitas dari produk dan hasil.

- 15. Penulis:Apa kelemahan dari @Vit.Lashes itu sendiri?**

Narasumber:Kelemahan nya dari tenaga kerjanya si yang masih kurang, aku kekurangan karyawan, jadi aku banyak ngelakuin kerjaan sendiri.

- 16. Penulis:Bagaimana anda mengatasi kelemahan itu sendiri?**

Narasumber:Aku kepikiran si, rencana nya mau cari karyawan baru untuk dekat-dekat ini, karena selain *owner* aku juga yang pegang *live streaming*, balasin chat dan atur *stock* barang atau produk.

- 17. Penulis:Dalam setiap bisnis pasti ada peluang, bagaimana anda memanfaatkan peluang yang ada?**

Narasumber:Peluang nya itu dari aku yang suka *update skill*, sampai akhirnya bisa buka kursus sulam gitu, *skill* aku yang sudah cukup meningkat itu aku jadiin peluang, banyak client yang mau belajar sama aku dari luar kota pun ada bahkan dari luar negeri pun ada. Ya karena TikTok aku fyp jadi jangkauan nya luas sampai ke luar negeri bukan cuman di dalam kota aja.

- 18. Penulis:Bagaimana anda sebagai *owner* dalam menghadapi ancaman eksternal perusahaan? (seperti persaingan bisnis). Dan seberapa banyak persaingan bisnis yang ada dii sekitar @Vit.Lashes?**

Narasumber: Untuk persaingan bisnis pasti ada ya, yang pastinya aku terus meningkatkan kualitas aku, melakukan promosi dan inovasi seperti *upgrade skill*, belajar buat bentuk alis yang baru dan berbeda dan menjaga reputasi Vit.Lashes. Untuk di cabang baru aku di green lake cukup banyak si, mungkin ada sekitar dua puluh salon kecantikan yang mirip-mirip dengan jarak yang ga begitu jauh dan di cabang pertama aku di daerah kedaung juga banyak, tapi persaingan nya paling dari segi harga aja si memang lebih murah, tapi kembali

lagi ke kualitas ya, walaupun harga aku mungkin di atas mereka pasti kualitas nya beda.

19. Penulis:Bagaimana cara anda membangun hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan?

Narasumber: Pastinya dari segi pelayanan ya, memberikan pelayanan yang baik dan memberikan *after service* juga, jadi aku ada tanya lagi ni setelah melakukan treatment bagaimana hasilnya. Aku juga menyediakan garansi, seperti sulam itu kan *peel off* jadi aku kasih garansi bisa balik lagi untuk ngerapihin, *eyelash* juga ada garansi nya, tapi tetep ya ada syarat-syarat nya hehe.

20. Penulis:Apa ada peluang yang anda rasakan selama menggunakan TikTok sebagai media promosi?

Narasumber:Pastinya banyak si peluang yang aku dapetin, dari followers yang bertambah dan peminat nya juga meningkat untuk melakukan sulam alis atau eyelash. Banyak Pelanggan yang tau Vit.Lashes dari TikTok.

21. Penulis: Untuk pertanyaan terakhir ni.Apakah penggunaan TikTok tuh terbukti efektif untuk meningkatkan minat Pelanggan?

Narasumber:Efektif banget!, seperti yang udah aku jelasin ya dari aku sering *upload video* jadi dapet banyak *client* dari luar kota bahkan luar negeri yang melakukan perawatan di salon aku, lalu pendapatan aku juga meningkat.

DAFTAR PERTANYAAN UNTUK NARASUMBER

(EDITOR @VIT.LASHES):

1. Sejak kapan anda sudah menjadi Editor di Vit.Lashes?
2. Apakah sebelumnya anda sudah pernah berpengalaman menjadi editor? (Jika sudah), berapa lama?
3. Mengapa anda tertarik menjadi editor untuk konten TikTok?
4. Apa strategi yang anda lakukan untuk menarik minat Pelanggan?
5. Apakah anda memanfaatkan fitur-fitur editing pada TikTok untuk meningkatkan efektivitas promosi?
6. Apakah ada jadwal atau waktu tertentu untuk mengunggah konten di TikTok?
7. Berapa jumlah konten yang diunggah dalam sekali posting di TikTok?
8. Apakah kendala yang anda alami selama menjadi Editor di TikTok @Vit.Lashes?
9. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?

TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Nama : Kelvin Wijaya
Jabatan : Editor Vit.Lashes
Waktu : 18 Mei 2025
Proses : Google Meet



1. Penulis: Sejak kapan anda sudah menjadi editor di Vit.Lashes?

Narasumber: Saya sudah menjadi editor sejak 2021, saya memang sudah cukup berpengalaman dalam bidang editor, dengan sistem kerja *freelance*.

2. Penulis: Sekiranya, sudah berapa lama anda berpengalaman menjadi editor?

Narasumber: Kalo untuk pengalaman, saya sendiri sudah berpengalaman kurang lebih 2 tahun (sebelum bekerja di Vit.Lashes), yang diawali dengan mencoba membuat konten sampai akhirnya saya dapat menjadi editor yang bisa di andalkan oleh beberapa *client*.

3. Penulis: Apa yang membuat anda tertarik menjadi editor di Vit.Lashes?

Narasumber: Karena, dunia konten kan sangat beragam ya salah satunya menjadi editor, yang sudah menjadi kegemaran saya, dan saya melihat ada peluang di Vit.Lashes untuk mengembangkan minat/bakat saya.

4. Penulis: Strategi apa yang anda lakukan sebagai editor untuk menarik minat Pelanggan?

Narasumber: Yang pertama, tentunya membuat konten semenarik mungkin, dan konten tersebut juga dibuat sereleven mungkin agar *customers* yang melihat tertarik, yang kedua kita membuat dan menambahkan beberapa *hastag* agar mudah untuk di cari, kita juga sering melakukan interaksi dengan Pelanggan, kita juga kerap melakukan *live streaming* untuk mempermudah *customers* untuk bertanya mengenai Vit.lashes, mulai dari promosi, harga atau penawaran lainnya, seperti itu.

5. **Penulis: Sebagai editor pada akun TikTok @Vit.Lashes. Apakah anda memanfaatkan *fitur editing* pada akun TikTok untuk meningkatkan efektifitas promosi?**

Narasumber: Ya tentu, pastinya kita menggunakan fitur yang ada ya dan memaksimalkan penggunaan fitur-fitur yang sudah di sediakan secara baik, karena tujuan adanya fitur tersebut kan udah memudahkan kita dalam mengedit, ataupun yang lainnya.

6. **Penulis: Kapan biasanya anda mengunggah konten di TikTok? Apakah ada jadwal tertentu untuk mengunggah konten tersebut?**

Narasumber: Kalo untuk jadwal pengunggahan konten itu bervariasi tergantung pada konten yang kita buat, bisa dalam seminggu dua kali atau pun seminggu sekali.

7. **Penulis: Berapa jumlah konten yang di unggah dalam sekali posting pada akun TikTok @Vit.Lashes?**

Narasumber: Untuk jumlah konten yang biasanya kita posting atau promosikan tergantung, bisa satu video atau satu foto dalam sekali posting yang pastinya bervariasi. Kita manage juga ni di TikTok lebih bagus upload yang mana video dulu atau foto dulu.

8. **Penulis: Apakah ada kendala yang di alami saat menjadi editor di Vit.Lashes?**

Narasumber: Tentu nya kalo kendala udah pasti ada ya, karena kan TikTok ini *platform* umum yang banyak digunakan, kendala pertama itu adanya persaingan antar sesama bisnis, terus perubahan kebijakan di TikTok itu sendiri.

9. Penulis:Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?

Narasumber:Dengan memastikan konten yang dibuat sudaah memiliki kualitas yang baik, yang telah melalui proses editing yang sesuai dan juga kita menyiapkan startegi yang matang.



DAFTAR PERTANYAAN UNTUK NARASUMBER

(PELANGGAN @VIT.LASHES):

1. Darimana anda mengetahui Vit.Lashes? (TikTok/Word of Mouth)
2. Apakah anda mengikuti akun TikTok @Vit.Lashes? Sudah berapa lama?
3. Apa yang membuat anda memilih untuk mengikuti/tidak mengikuti akun TikTok @Vit.Lashes?
4. Apa yang membuat anda tertarik untuk menggunakan jasa pada salon Vit.Lashes?
5. Apakah promosi yang dilakukan pada akun TikTok @Vit.Lashes mempengaruhi minat Anda untuk mencoba perawatan di sana?
6. Promosi seperti apa yang akhirnya meyakinkan anda untuk memilih dan menggunakan jasa pada Vit.Lashes?
7. Perawatan apa yang biasa anda lakukan di Vit.Lashes?
8. Apa keunggulan yang anda rasakan setelah melakukan perawatan di Vit.lashes?
9. Menurut anda apakah Vit.Lashes cukup responsif melayani komentar atau pertanyaan anda sebagai Pelanggan?
10. Apa yang membedakan Vit.Lashes dengan salon kecantikan yang lainnya?

TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Nama : Chatarine Caroline

Jabatan : Pelanggan 1

Waktu : 19 Mei 2025

Proses : Tatap Muka



1. Penulis:Dari mana anda mengetahui Vit.Lashes?

Narasumber: Sebenarnya, aku tau Vit.Lashes tuh udah lama si kak, dari aku sekolah dari omongan teman-teman aku juga.

2. Penulis:Setelah mengetahui Vit.Lashes, apa yang membuat anda tertarik melakukan perawatan disana?

Narasumber: Karna kualitas nya si kak, aku liat teman-teman aku pake tuh bagus, bulumata nya lembut gitu.

3. Penulis:Saat ini Vit.Lashes kan merambah ke media sosial sebagai media promosi yaitu TikTok. Apakah anda mengikuti akun TikTok @Vit.Lashes? (Jika iya sudah berapa lama)

Narasumber: Pastinya dong, kurang lebih udah 3 tahun kayanya.

4. Penulis:Apa yang membuat anda tertarik mengikuti akun TikTok @Vit.Lashes?

Narasumber: Aku mengikuti akun TikTok @Vit.Lashes agar aku gak

ketinggalan promo, yang kedua karna aku sangat suka dengan kontennya apalagi saat dia melakukan *live streaming* ada proses pemasangannya dari awal-akhir.

- 5. Penulis:Apakah promosi yang di lakukan pada akun TikTok @Vit.Lashes mempengaruhi minat anda untuk melakukan perawatan disana?**

Narasumber:Ya, pastinya mempengaruhi.

- 6. Penulis:Promosi seperti apa yang akhirnya meyakinkan anda untuk memilih menggunakan jasa pada Vit.Lashes?**

Narasumber: Saat dia melakukan siaran langsung, karna bisa liat bagaimana proses dan hasilnya.

- 7. Penulis:Perawatan apa yang biasa anda lakukan di Vit.Lashes?**

Narasumber:Untuk perawatannya *eyelash* dan *lash lift*, dan itu rutin sekitar tiga bulan sekali.

- 8. Penulis:Apa keunggulan yang anda rasakan setelah melakukan perawatan di Vit.Lashes?**

Narasumber:Keunggulannya, yang pertama dari segi pelayanan dan kualitas, lalu yang aku suka Vit.Lashes tuh setelah pasang dia ada nanya, gimana bulumata nya, kaya *after service* gitu.

- 9. Penulis:Menurut anda, sebagai pelanggan. Apakah Vit.Lashes cukup responsif dalam menanggapi komentar dan pertanyaan anda sebagai pelanggan?**

Narasumber:Pastinya, responsif dan sangat membantu dengan respon yang cepat.

- 10. Penulis:Apa yang membedakan Vit.Lashes dengan salon kecantikan lainnya?**

Narasumber:Kualitas bulumata nya, kalo di Vit.Lashes tuh awet banget bulumata nya tahan lama dan harga nya yang terjangkau dari aku SMA-sekarang Mahasiswa.

TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Nama : Monica Wijaya

Jabatan : Pelanggan 2

Waktu : 25 Mei 2025

Proses : Tatap Muka



1. Penulis:Dari mana anda mengetahui Vit.Lashes?

Narasumber: Dari TikTok. Awalnya aku lagi scroll TikTok, lalu konten nya itu muncul di fyp aku, aku tertarik nih liat kontennya pas aku liat akunnya, ternyata banyak temen aku yang follow juga, oke ni berarti *kredibel*.

2. Penulis:Setelah melihat akun TikTok @Vit.Lashes di beranda anda. Apakah anda mengikuti akun TikTok tersebut? (Jika mengikuti sudah berapa lama)

Narasumber:Saat itu juga aku langsung *follow* sih, karena melihat teman teman aku juga banyak yang *follow* jadi ga ragu lagi untuk ikutan *follow*. Sudah dari tahun lalu, berarti udah mau satu tahunan.

3. Penulis:Selain karna muncul di beranda. Apa yang membuat anda memilih mengikuti akun TikTok @Vit.Lashes?

Narasumber:Karna ada konten salah satunya konten bulumata yang aku suka, cocok di aku yang emang aku pengenin.

4. **Penulis: Apa yang membuat anda tertarik untuk menggunakan jasa di Vit.Lashes?**

Narasumber:Pertama kali karena aku lihat konten nya, lalu harga dan tempat nya bagaimana. Karena harganya pas nih cocok di kantong mahasiswa dan aku lihat di konten hasilnya bagus, teman aku juga banyak yang follow, akhirnya aku fix nih pasang eyelash disana. Kebetulan juga karna aku ikut cide kode benteng yang dimana wajib pake bulu mata kan, dari pada aku cape copot pasang copot pasang, sakit juga. Jadi yaudah aku pasang eyelash aja.

5. **Penulis:Apakah promosi yang dilakukan pada akun TikTok**

@Vit.Lashes mempengaruhi minat Anda untuk mencoba perawatan di sana?

Narasumber:Ya, mempengaruhi dong kak.

6. **Penulis:Promosi seperti apa yang akhirnya meyakinkan anda untuk memilih dan menggunakan jasa pada Vit.Lashes?**

Narasumber:Konten jenis bulumata kan ada tipe-tipe nya tuh, salah satunya yang *natural*. Aku makin suka juga karena video nya di kemas menarik sampai akhirnya aku semakin yakin untuk pasang bulumata disana.

7. **Penulis:Perawatan apa yang pernah anda lakukan di Vit.Lashes?**

Narasumber: Aku baru sekali sih, *eyelash extention* aja.

8. **Penulis:Apa keunggulan yang anda rasakan setelah melakukan perawatan di Vit.Lashes?**

Narasumber:Yang pertama hasil nya sesuai ekspektasi aku, dimana jenis ukuran bulumata yang aku inginkan lagi ada, hasil nya bagus, penggerjaan nya rapih, tempat masih kejangkau juga kan ada di Tangerang ya dan dari segi pelayanan bikin aku nyaman.

9. **Penulis:Menurut anda sebagai Pelanggan, apakah Vit.Lashes sudah cukup responsif melayani komentar atau pertanyaan?**

Narasumber: Pastinya!, karena sebelum aku melakukan perawatan disana aku kan ada chat juga ni untuk tanya perihal harga dan jenis bulumata. Semua respon nya cepet, dia juga kasih saran yang mana yang cocok untuk bulumata aku.

- 10. Penulis:Apa yang akhirnya membedakan Vit.Lashes dengan salon kecantikan lainnya?**

Narasumber:Karena ada tipe yang sesuai aku banget, di salon lain kadang belum tentu ada ukuran yang aku cari dan harga nya yang masih ramah di kantong mahasiswa.



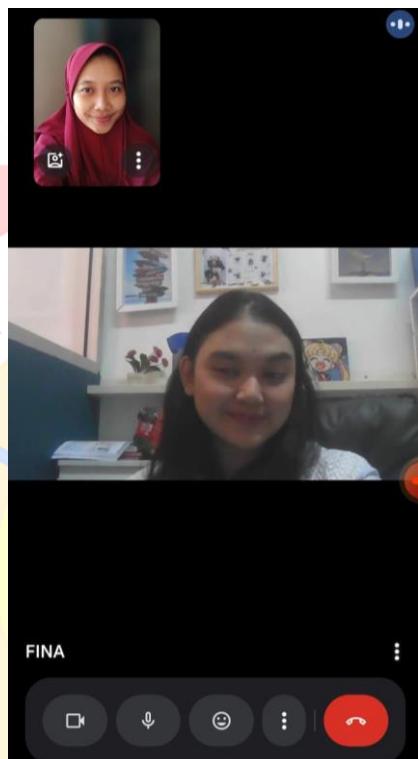
TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Nama : Fina Novianti

Jabatan : Pelanggan 3

Waktu : 28 Mei 2025

Proses : Google Met



- Penulis:Dari mana anda mengetahui Vit.Lashes? (Dengan domisili anda yang berada di luar kota Jakarta).**

Narasumber:Kalo aku pertama kali tau Vit.Lashes itu waktu adik aku mau wisuda, karena kebetulan waktu itu adik aku emang kuliah nya di Jakarta dan aku waktu itu emang sempet cari-cari tempat buat *eyelash ekstention* lalu aku nemu rekomendasi dari TikTok yang bisa *home service*, karena waktu itu kan aku di hotel ya jadi aku lebih milih yang mana ni yang bagus salah satunya Vit.Lashes dan bisa *home service*. Jadi akhirnya aku pilih si Vit.Lashes karena awalnya dari TikTok.

- Penulis:Apakah anda mengikuti akun TikTok @Vit.Lashes?**

Narasumber:Saat itu aku emang *follow* sih, setelah cari-cari lalu aku langsung

follow juga akun TikTok nya.

3. Penulis:Apa yang membuat anda mengikuti akun TikTok @Vit.Lashes?

Narasumber:Hmm, kalo aku karena yang pertama tuh aku emang lagi nyari-nyari tempat *eyelash extention* yang bagus, lalu aku juga kan memilih *treatment* disana, jadi kan kalo udah di *follow* tuh muncul info-info nya (ga ketinggalan informasi).

4. Penulis:Selain karna hal tersebut, apakah yang membuat anda tertarik melakukan perawatan di Vit.Lashes?

Narasumber:Konten-konten nya sih, terus juga *testimoni* nya dan di TikTok juga cukup terkenal ya dari *followers* nya lumayan banyak sampai belasan ribu dan lewat juga di *fyp* TikTok aku dan aku juga liat *testimoni-testimoni* nya bagus dan akhirnya aku berminat untuk *eyelash* disana.

5. Penulis: Jadi promosi yang di lakukan pada akun TikTok @Vit.Lashes itu mempengaruhi minat anda ya? untuk melakukan perawatan disana.

Narasumber:Ya bener banget, karena Vit.Lashes tuh di TikTok nya tuh banyak banget *upload* konten-konten tentang produk, *testimoni*, pemasangannya di salon itu. Nah aku juga suka sih ngeliat nya, kan kita bisa liat ya dari konten-konten nya itu bagaimana cara dia pasangnya, bagaimana produk nya, nah itu yang bikin aku berminat juga untuk *eyelash extention* di Vit.Lashes.

6. Penulis:Konten promosi apa yang disajikan pada akun TikTok @Vit.Lashes yang akhirnya membuat anda yakin untuk melakukan perawatan disana?

Narasumber:Ya aku liat nya saat dia konten promosi saat dia sedang melakukan pemasangan bulu mata nya dan ada konten juga yang dia kasih tau gimana caranya untuk *booking*, terus di kasih tau juga untuk info lebih lanjut mengenai harga dan lainnya itu informatif, jadi dari awal dia buat konten produk nya dan pemasangannya dan informasi lainnya itu yang buat aku yakin.

7. Penulis:Perawatan apa yang pernah anda lakukan disana? Mungkin ada selain *eyelash extention* atau baru itu saja?

Narasumber: Kalo untuk perawatan disana sih aku gunain jasa nya *eyelash extention* aja sih waktu itu.

8. Penulis:Apa keunggulan yang anda rasakan setelah melakukan perawatan di Vit.Lashes?

Narasumber: Kalo menurut saya, di Vit.Lashes itu yang pertama dari segi pelayanan nya bagus ya, Vit.Lashes juga bersih ya (peralatannya) sesuai dengan SOP terus kalo di tempat lain, mungkin bulu mata nya ketebelan atau gimana, kalo di Vit.Lashes tuh pas dan sesuai sama yang aku mau, lalu ada juga kan di konten TikTok nya sama asli nya ga sesuai, tapi kalo di Vit.Lashes yang di konten dan aslinya tuh sesuai, sama. Jadi ga cuma bagus di konten aja.

9. Penulis:Menurut anda, apakah Vit.Lashes sudah cukup responsif melayani komentar atau pertanyaan anda sebagai pelanggan?

Narasumber: Menurut aku udah *responsif* banget ya, apalagi saat aku *home service* bener-bener owner tuh dari mulai aku booking dan nanya-nanya admin nya tuh *responsif* banget, aku kurang tau ya itu admin atau *owner* nya aku lupa, terus juga saat waktu *home service* nya *on time* banget, bener-bener menurut aku pelayanan nya bagus.

10. Penulis:Menurut anda, apa yang membedakan Vit.Lashes dengan salon kecantikan lainnya?

Narasumber: Kalo menurut aku Vit.Lashes itu mempunya keunggulan dari segi pelayanan, Vit.Lashes juga bagus gitu dari segi promosi nya di TikTok di liat dari konten-konten nya yang dimana dapat menarik para *customers*, dia *on time* juga, menurut aku bisa jadi keunggulan yang membedakan Vit.Lashes dengan salon kecantikan lainnya.

TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Nama : Irma Pangesti
Jabatan : Pelanggan 4
Waktu : 30 Mei 2025
Proses : Google Meet



- Penulis:Dari mana anda mengetahui Vit.Lashes?**

Narasumber:Saya tau dari TikTok.

- Penulis:Apakah anda mengikuti akun TikTok @Vit.Lashes? (Jika iya sudah berapa lama)**

Narasumber:Mengikuti sih apa namanya tuh *follow*, kalo waktunya saya udah lupa kapan udah lama.

- Penulis:Apa yang membuat anda tertarik untuk menggunakan jasa pada salon kecantikan Vit.Lashes?**

Narasumber:Itu karena sering lewat aja di beranda (*fyp*) kata aku tuh “ko ini lewat terus ya” gitu, aku scroll scroll konten nya bagus juga nih. Akhirnya

aku coba deh pasang *eyelash extention* disana, saat mau mendekati lebaran kan banyak promo juga tuh hehe.

4. **Penulis:Apa yang membuat anda tertarik untuk menggunakan jasa Vit.Lashes?**

Narasumber:*Marketing* nya bagus sih, bisa menarik minat saya, tempat nya juga ga jauh masih di Tangerang, jadi kenapa saya tertarik disana ya karena itu.

5. **Penulis:Jadi promosi yang di lakukan pada akun TikTok @Vit.Lashes dapat mempengaruhi minat anda ya?**

Narasumber:Pastinya hehe apalagi promo dan diskon nya. Vit.Lashes kan suka tuh kasih diskon promo apalagi di hari hari besar, kaya lebaran.

6. **Penulis:Selain konten potongan harga, promosi seperti apalagi yang akhirnya membuat anda yakin memilih dan menggunakan jasa pada Vit.Lashes?**

Narasumber:Konten sebelum dan sesudah perawatan disana kan ada tuh fotonya sama kalo dia sedang melakukan *live* saya bisa liat langsung pengrajaannya.

7. **Penulis:Perawatan apa yang pernah anda lakukan di Vit.Lashes? (Selain *eyelash extention*)**

Narasumber:Baru *eyelash extention* aja sih kak, mungkin nanti kali ya pasti mau coba perawatan yang lainnya.

8. **Penulis:Apa keunggulan yang anda rasakan setelah melakukan perawatan di Vit.Lashes?**

Narasumber:Bulumata nya bagus, sesuai yang saya mau hasilnya *natural* ringan, ga berat jadi berasa ga pake apa-apa gitu.

9. **Penulis:Menurut anda, apakah Vit.Lashes cukup responsif dalam melayani pertanyaan dan komentar anda sebagai pelanggan?**

Narasumber:Dia tanggap sih, cepat tanggap gitu sangat responsif dan penjelasannya pun sangat *detail*.

10. **Penulis:Apa yang membedakan Vit.Lashes dengan salon kecantikan lainnya?**

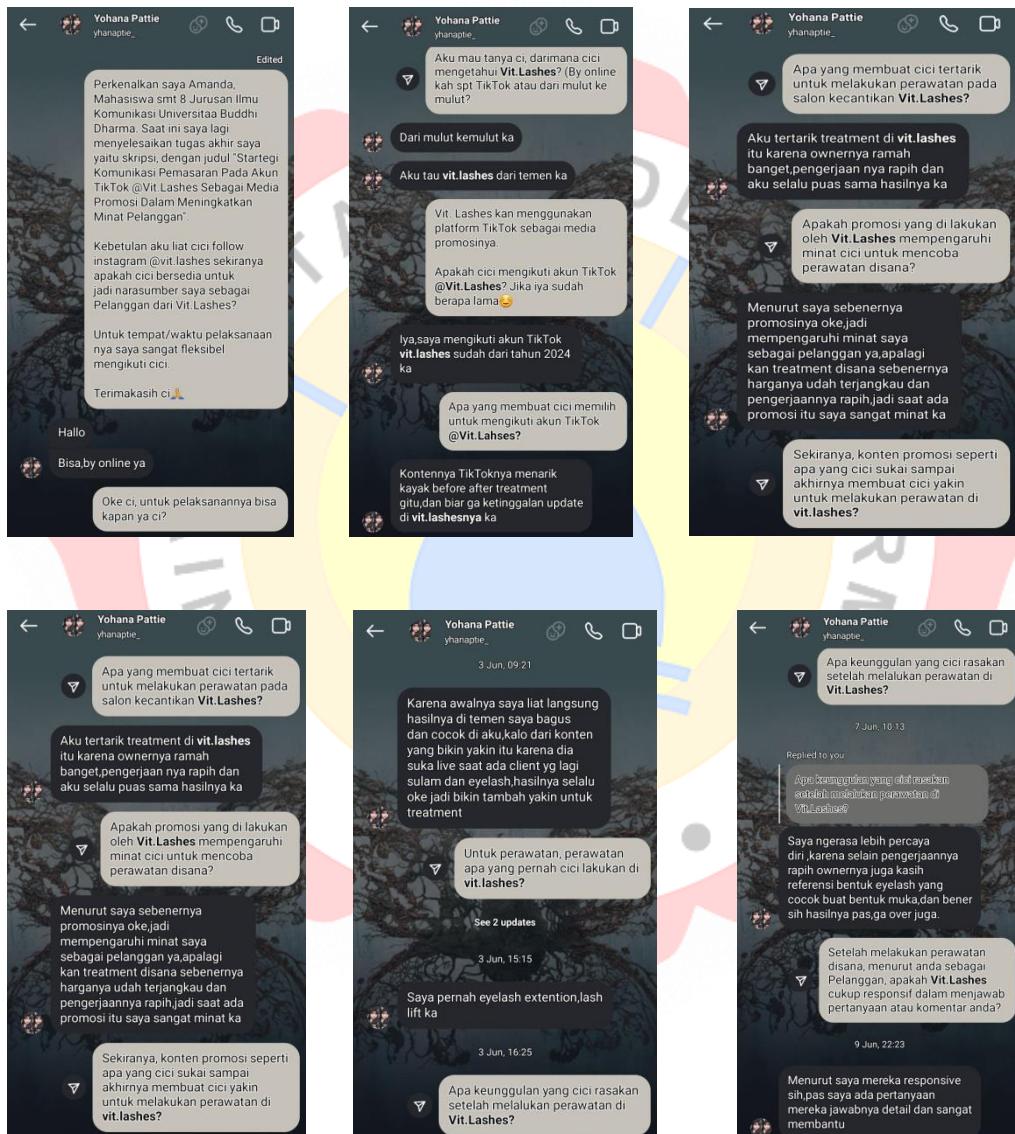
Narasumber:Yang membedakannya, dari segi pelayanan di Vit.Lashes tuh

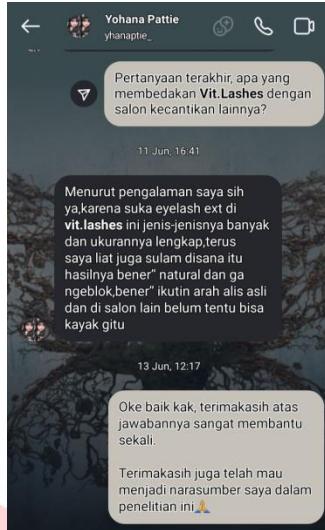
kaya ngasih tau gimana perawatannya, di jelasin. Tapi kalo di tempat lain tuh udah selesai perawatan tuh yaudah, kalo Vit.Lashes engga, dia tanya saya ni “Ibu gimana bulumata nya ada yang rontok ga, kalo ada bisa datang lagi ya kesini untuk *retouch*.



TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Nama : Yohana Pattie
Jabatan : Pelanggan 5
Waktu : 1 Juni 2025
Proses : Direct Message Instagram





1. Penulis:Dari mana anda mengetahui Vit.Lashes?

Narasumber: Dari mulut ke mulut kak, aku tau Vit.Lashes dari temen.

2. Penulis: Kini, Vit.Lashes menggunakan media sosial TikTok sebagai media promosinya. Apakah anda mengikuti akun TikTok @Vit.Lashes? (Jika iya sudah berapa lama).

Narasumber: Iya, saya mengikuti akun TikTok @Vit.Lashes. Sudah dari tahun 2024 kak

3. Penulis:Apa yang membuat anda memilih mengikuti akun TikTok @Vit.Lashes?

Narasumber:Kontennya TikTok nya menarik kaya *before after treatment* gitu dan biar ga ketinggalan *update* dari Vit.Lashes nya kak.

4. Penulis:Apa yang membuat anda tertarik untuk menggunakan jasa pada salon Vit.Lashes?

Narasumber: Aku tertarik *treatment* di Vit.Lashes itu karena ownernya ramah banget, pengjerannya rapih dan aku selalu puas sama hasilnya kak.

5. Penulis:Apakah promosi yang dilakukan pada akun TikTok @Vit.Lashes mempengaruhi minat Anda untuk mencoba perawatan di sana?

Narasumber:Menurut saya, sebenarnya promosinya oke jadi mempengaruhi minat saya sebagai pelanggan ya. Apalagi kan *treatment* disana sebenarnya

harganya udah terjangkau dan pengeraannya rapih, jadi saat ada promosi itu saya sangat minat kak.

6. Penulis:Promosi seperti apa yang akhirnya membuat anda yakin untuk melakukan perawatan di Vit.Lashes?

Narasumber:Kalo untuk yakin kan karena awalnya saya liat langsung hasilnya di temen saya bagus dan cocok di saya. Tapi kalo dari konten yang bikin yakin itu karena dia suka *live* saat ada *client* yang lagi sulam dan *eyelash*, hasilnya selalu oke jadi bikin tambah yakin untuk *treatment*.

7. Penulis:Perawatan apa yang pernah anda lakukan di Vit.Lashes?

Narasumber:Saya pernah *eyelash extention* dan *lash lift* kak.

8. Penulis:Apa keunggulan yang anda rasakan setelah melakukan perawatan di Vit.Lashes?

Narasumber:Saya ngerasa lebih percaya diri, karena selain pengeraannya rapih, ownernya juga kasih refensi bentuk *eyelash* yang cocok buat bentuk muka dan bener sih hasilnya pas, ga *over* juga.

9. Penulis:Menurut anda sebagai pelanggan. Apakah Vit.Lashes cukup responsif dalam menjawab pertanyaan atau komentar anda?

Narasumber:Menurut saya mereka responsif sih, pas saya ada pertanyaan mereka jawabnya detail dan sangat membantu.

10. Penulis:Apa yang membedakan Vit.Lashes dengan salon kecantikan lainnya?

Narasumber:Menurut pengalam saya sih ya karena suka *eyelash extention* di Vit.Lashes ini jenis-jenis nya banyak dan ukurannya lengkap terus saya liat juga sulam disana itu hasilnya bener-bener natural dan ga ngeblok, bener-bener ikutin arahan alis asli dan di salon lain belum tentu bisa kaya gitu.