

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Surat Penelitian



Jakarta 15 Mei 2023

Nomor : 013/Kapem MC-FIKOM/TA/UEU/V/2023
Perihal : Surat Permohonan Penelitian

Kepada Yth:
PT. NRI Global Mandiri (Nature Republic)
Mall Serpong, Sumarecon, Pakulonan Barat, Kelapa Dua
Kota Tangerang Banten 15810/PT. NRI Global Mandiri
Jl. KH. Hasyim Ashari No. 46E, Duri Pulo, Gambir
Jakarta Pusat 10140

Dengan hormat,

Dalam rangka memenuhi persyaratan pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul, setiap mahasiswa diminta untuk melakukan penelitian atau tugas akhir pada periode perkuliahan semester Genap TA 2022/2023. Untuk itu kami mengajukan permohonan penelitian atas nama berikut ini :

Nama	: Mega Dhewy Lestari
NIM	: 20190501004
Peminatan	: Marketing Communication
Fakultas	: Ilmu Komunikasi

Bermaksud untuk izin mengadakan riset atau observasi penelitian serta wawancara untuk mendapatkan data guna keperluan skripsi atau tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan menempuh Sarjana Strata Satu (S1) di Universitas kami. Data tersebut hanya untuk keperluan penelitian dan bukan di publikasikan untuk umum.

Demikian Surat Permohonan ini kami sampaikan, besar harapan kami mahasiswa tersebut dapat diterima dan dibantu pada perusahaan bapak/ibu pimpin. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,



M. Ruslan Ramli, Ph.D
Ka. Peminatan Marketing Communication

Jl. Rajawali Utara 9, Tel. Serpong, Kota Tangerang, Banten 15810, Indonesia
☎ (021) 567 4323 ext. 228-229 📠 (021) 567 4248

Gambar 1.1 Surat Mohon Izin Penelitian



Jakarta 14 Juli 2023

Nomor : 028/Kapem MC-FIKOM/TA/UEU/VII/2023
Perihal : Surat Permohonan Penelitian

Kepada Yth:
Nature Republic
Mall Taman Anggrek Lantai GF
Jl. Letnan Jenderal S. Parman Kav. 21
Jakarta Barat 11470

Dengan hormat,

Dalam rangka memenuhi persyaratan pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul, setiap mahasiswa diminta untuk melakukan penelitian atau tugas akhir pada periode perkuliahan semester Genap TA 2022/2023. Untuk itu kami mengajukan permohonan penelitian atas nama berikut ini :

Nama	: Mega Dhewy Lestari
NIM	: 20190501004
Peminatan	: Marketing Communication
Falkutas	: Ilmu Komunikasi

Bermaksud untuk izin mengadakan riset atau observasi penelitian serta wawancara untuk mendapatkan data guna keperluan skripsi atau tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan menempuh Sarjana Strata Satu (S1) di Universitas kami. Data tersebut hanya untuk keperluan penelitian dan bukan di publikasikan untuk umum.

Demikian Surat Permohonan ini kami sampaikan, besar harapan kami mahasiswa tersebut dapat diterima dan dibantu pada perusahaan bapak/ibu pimpin. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,



M. Ruslan Ramli, Ph.D
Ka. Peminatan Marketing Communication

Jl. Arjuna Utara 3, Tel. Semarang, Kebon Jeruk, Jakarta 11310, Indonesia
☎ (021) 567 4223 ext. 228-229 📠 (021) 567 4248

Gambar 1.2 Surat Mohon Izin Penelitian

LAMPIRAN 2. Wawancara dengan informan 1

Narasumber / Status : Ririn (RR) / Beauty Advistor
 Penanya : Mega Dhewy Lestari (MDL)
 Tipe wawancara : Terstruktur
 Hari / Tanggal : Selasa / 20 juni 2023
 Waktu : 19.39 WIB
 Lokasi : Summarecon Mall Serpong (SMS)

Inisial	Transkrip
MDL	: Halo kak.. permisi boleh saya wawancarai untuk penelitian skripsi dan saya rekam suaranya ?
RR	: Iya boleh silahkan kak
MDL	: Namanya atas nama siapa dan sebagai apa disini ?
RR	: Saya Pipit sebagai beauty advistor marketing di toko ini
MDL	: Baik saya langsung ke pertanyaan pertama saja ya kak.. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran produk Nature Republic dalam mempertahankan jumlah konsumen ?
RR	: Eeng itu.. Kalo dari manajemennya pakai <i>digital marketing</i> seperti di media sosial, kalo di setiap toko disini dari <i>customer</i> menggunakan kartu member yang dimana dengan cara <i>follow up</i>
MDL	: Kalau dengan cara <i>follow up</i> bagaimana Nature Rebuplic melakukan untuk beriklan agar menarik konsumen?
RR	: Kita sih masing-masing punya pelayanan <i>customer</i> sendiri, kita langsung menghubungi <i>customer</i> kita melalui <i>WhatsApp</i>
MDL	: Pertanyaan selanjutnya.. biasanya tuh media apa yang sering digunakan ?
RR	: Kalau disini untuk ke <i>customer</i> sendiri kita sering menggunakan <i>Whatsapp</i> , kalau produk untuk media beriklan lebih ke <i>Instagram</i>
MDL	: Apakah ada kendala Nature Republic dalam menarik konsumen melalui media iklan pada <i>Instagram</i> ?
RR	: Kalau dari kita konsumen lebih banyak hanya sekedar liat-liat saja karena disini di dekat <i>lobby</i> jadi banyak sekali yang berhenti di depan toko kami untuk menunggu jemputan, tapi untuk produknya banyak banget produk lokal yang mulai menggunakan bahan alami dengan harga lebih murah dari Nature Republic, tapi kita selalu memiliki strategi agar konsumen tetap setia kepada kita untuk membeli produk dengan cara memasang iklan nya di <i>Instagram Story</i> dan postingan <i>feed</i> di <i>Instagram Ads</i> , jika ada produk yang terbaru

- MDL : Bagaimana yang dilakukan tim marketing menarik sebuah motivasi yang dimana konsumen untuk kembali membeli produk ini ?
- RR : Hmm kita disini dengan service, yang dimana pelayanan kita harus lebih ramah dan membantu keluhan konsumen
- MDL : Apa saja yang akan di berikan kepada konsumen agar tertarik membeli produk Nature Republic ?”
- RR : Kalau kita biasanya saat konsumen selesai transaksi, pasti seminggu sekali, terus kita entah itu menanyakan kabar penggunaannya yang ke *customer* yang punya kartu member itu bagaimana apakah produk nya cocok atau tidak , itu bikin customer-nya nyaman
- MDL : Lalu apa saja yang akan di berikan kepada konsumen agar tertarik membeli produk Nature Republic ?
- RR : Kami memberikan solusi keluhan pada customer terhadap produk apakah sesuai yang ditanyakan atau dikeluhkan dengan melakukan secara *face to face*. Terkadang kita menawarkan produk yang *one set skin-care* agar lebih efisien dan mendapatkan *membership* yang dimana akan dapat harga menjadi lebih terjangkau
- MDL : Bagaimana tim marketing mendorong minat konsumen untuk membeli produk ?
- RR : Kalo disini kita mendorong konsumen untuk membeli produknya biasanya kita membuat konten promosi di *Instagram* maupun TikTok
- MDL : Promosi apa yang akan di dorong oleh tim marketing untuk mengambil keputusan dari konsumen pada produk ini ?
- RR : Hmm itu, kita melakukan promosi setiap minggu atau setiap bulannya, kita selalu mengadakan promo punya masing-masing di setiap toko, contohnya mengadakan *giveaway merchandise Photocard* yang dimana menggunakan brand ambassador NCT 127 untuk mendorong konsumen untuk ikutan bergabung di *giveaway* nya yang dilakukan oleh Nature Republic pada *Instagram Official* nya
- MDL : Bagaimana tim marketing melakukan kunjungan untuk mendorong konsumen maupun calon konsumen yang diinginkan ?
- RR : Kita gak pernah melakukan kunjungan ke konsumen maupun calon konsumen secara langsung, dikarenakan Nature Republic sudah ada tokonya masing-masing di setiap kota agar memudahkan konsumen untuk berkunjung langsung ke toko di daerahnya
- MDL : Bagaimana perusahaan mempengaruhi agar hubungan baik antara konsumen dengan produk Nature Republic pada pembelian selanjutnya ?

- RR : Seperti sebelumnya yang sudah disebutkan yaitu dengan menanyakan kabar atau penggunaannya yang *new customer* itu bagaimana apakah produk nya cocok atau tidak , itu bikin customer-nya nyaman melalui pelayanan yaitu melalui via *Whatsapp* dan *Direct Message* di *Instagram*
- MDL : Apa saja yang dilakukan produk Nature Republic untuk mempengaruhi minat pembelian yang diinginkan perusahaan kepada konsumen?"
- RR : Biasanya kita tuh melakukan dengan minimal pembelian produk di hari yang spesial seperti mendapatkan *merchandise* yang dilakukan oleh Nature Republic di *Instagram Story* ataupun melalui *feed Instagram*
- MDL : Selanjutnya pertanyaan terakhir ya kak.. Bagaimana produk Nature Republic mempengaruhi konsumen dalam kegiatan *event dan sponsorship* ? Dan bisakah dijelaskan kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan tim marketing untuk mempengaruhi agar konsumen tetap loyal terhadap Nature Republic?
- RR : Hmm kalo biasanya melakukan *event* seperti *launching* produk baru yang dilakukan melalui *beauty class*, mempromosikan produk baru dirilis dimana kebanyakan produk *skin-care* dan selalu mengundang artis-artis Indonesia seperti selebgram untuk bisa digunakan sebagai *sponsorship* maupun *endorsement* lewat akun media sosialnya
- MDL : Oke kak terimakasih atas jawabannya dari semua pertanyaan telah dijawab dengan jelas
- RR : Oke kak sama sama semoga membantu dan lancar ya.

LAMPIRAN 3. Wawancara dengan informan 2

Narasumber / Status	: Renanda (RN) / Beauty Advistor
Penanya	: Mega Dhewy Lestari (MDL)
Tipe wawancara	: Semi Terstruktur
Hari / Tanggal	: Sabtu / 22 juli 2023
Waktu	: 14.00 WIB
Lokasi	: Mall Taman Anggrek

Inisial

Transkrip

- MDL : Halo kak.. permisi apa boleh aku tanya tanya untuk penelitian skripsi dan aku rekam suaranya kak
- RN : Hehehe. Iya boleh silahkan kak
- MDL : Namanya atas nama siapa dan sebagai apa disini ?
- RN : Saya Renanda sebagai beauty advistor marketing di toko ini

- MDL : Baik saya langsung ke pertanyaan pertama saja ya kak.. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran produk Nature Republic dalam mempertahankan jumlah konsumen ?
- RN : Heemm.. dengan adanya iklan di sosial media, terus menawarkan program promo-promo berlangsung kepada konsumen melalui whatsapp atau melalui ya sosial media Instagram
- MDL : Kalau itu bagaimana Nature Rebuplic melakukan untuk beriklan agar menarik konsumen?
- RN : Ada.. Mengadakan workshop gitu sih kak, event – event, kayak mengundang influencer, brand ambassador, beauty class ada juga pameran pameran
- MDL : Biasanya tuh media apa yang sering digunakan untuk memudahkan konsumen agar tau produknya nature republic ?
- RN : Kita pakainya mungkin Instagram, whatsapp, kalau promosinya sih lebih menggunakan ke instagram karena kita punya customer dan number-number customer jadi kita melalui whatsapp, kita absenin satu persatu
- MDL : Kenapa memilih iklan di Instagram ?
- RN : Karena untuk feedback nya lebih cocok di Instagram sih atau sekarang di Tiktok, live tiktok, live shopee
- MDL : Selain itu, apakah Nature Republic memasang iklan yang berbayar ?
- RN : Belum ada sih, tapi kita lebih fokus ke live streaming, jadi gak berbayar
- MDL : Apakah ada kendala Nature Republic dalam menarik konsumen melalui media iklan pada *Instagram* ?
- RN : Kendala banyaknya saingan produk lokal yang makin tinggi, dan produk luar pun iya berlomba-lomba untuk memikat konsumen di Instagram. Terus kalo untuk produk konsumen banyak yang ngeluh tentang hadiah yang dikasih tuh sedikit ngebandingin sama brand/produk yang lain dan harga juga
- MDL : Bagaimana sih yang dilakukan disini menarik sebuah motivasi yang dimana konsumen untuk kembali membeli produk ini ?
- RN : Menawarkan yang promo promo sedang berjalan, setiap sebulan sekali terkadang setiap tanggal 16 kita ganti, terus menawarkan benefitnya konsumen belanja dapat berapa, nanti dapat sample produk kadangkala menarik sama kasih tau kita ada potongan voucher, dan untuk voucher biasanya kita kasih di weekend, kalo weekday kita kasih special kalo konsumen belanja berapa kita kasih potongan 20% atau belanja berapa bisa tembus murah beberapa produk ini
- MDL : Apa saja yang akan di berikan kepada konsumen agar tertarik membeli produk Nature Republic ?”
- RN : Kita tawarin gift kayak di sample atau kita kasih pouch, kita kan lagi ada program NCT merchandise itu yang belanja 750 ribu kita tawarin
- MDL : Bagaimana agar mendorong minat konsumen untuk membeli produk ?

- RN : Dengan cara pendisplayan biar lebih menarik lebih full untuk promonya.. Misalkan kita lagi promoin produk apa ini, barang tersebut di display depan lebih full lagi lebih ke gift dan merchandise itu yang lagi promo kita highlight
- MDL : Promosi apa yang akan di dorong oleh produk ini untuk mengambil keputusan dari konsumen pada produk ini ?
- RN : Memberikan produk yang lebih membuat konsumen agar mudah mengambil keputusan beli.. Seperti hadiah per bundle/paket, voucher potongan 20% dan 70% untuk di weekend
- MDL : Bagaimana melakukan kunjungan untuk mendorong konsumen maupun calon konsumen yang diinginkan ? apakah ada ?
- RN : Ada, paling untuk produk baru kita sampaikan untuk customer baru itu kita kasih sample seperti tester gitu.. hmm cuma-cuma kita kasihnya.. kadang konsumen masuk ke toko untuk ngeliat-ngeliat, kita langsung tawarin tapi itu baru pertama sih pas ada launching product baru dan ganti logo
- MDL : Bagaimana mempengaruhi agar hubungan baik antara konsumen dengan produk Nature Republic pada pembelian selanjutnya ?
- RN : Kita selalu menjaga hubungan dengan konsumen di whatsapp, kayak setiap minggu kita tanyain nih, perubahan apa yang udah customer pakai dari produk tersebut, jadi customer itu kayak konsultasi tentang produknya yang dipakai ke kita
- MDL : Apa saja yang dilakukan produk Nature Republic untuk mempengaruhi minat pembelian yang diinginkan kepada konsumen?"
- RN : Promosi yang kita naikan dan voucher lebih banyak saat weekend, hmm karena kita akan kasih sample untuk konsumen yang membeli banyak produk
- MDL : Selanjutnya pertanyaan terakhir ya kak.. Bagaimana produk Nature Republic mempengaruhi konsumen dalam kegiatan *event dan sponsorship* ? Dan bisakah dijelaskan kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan tim marketing untuk mempengaruhi agar konsumen tetap loyal terhadap Nature Republic?
- RN : Termasuk dari efek juga sih dari event tersebut, hmm karena promosi event itu berbeda dari promo, biasanya lebih menarik, hadiahnya lebih banyak, doorprisenya lebih besar bahkan produknya bisa diskon up to 70%, ada event tertentu juga ngebantu buat follow up juga bawa pengikut dari influencer dan brand ambassador kita, dan untuk kegiatannya ada worksop, beauty class, dan mengundang influencer
- MDL : Oke kak terimakasih atas jawabannya dari semua pertanyaan telah dijawab dengan jelas
- RN : Oke kak sama sama semoga membantu ya. Semangat kak

LAMPIRAN 4. Wawancara dengan informan 2

Narasumber / Status : Wulan (WL) / Beauty Advistor
Penanya : Mega Dhewy Lestari (MDL)
Tipe wawancara : Terstruktur
Hari / Tanggal : Sabtu/ 22 juli 2023
Waktu : 15.00 WIB
Lokasi : Central Park Mall

Inisial

Transkrip

- MDL : Halo sore kak.. permisi apa boleh aku tanya tanya untuk penelitian skripsi dan aku rekam suaranya kak
- WL : Ohh boleh, dari mana kak ?
- MDL : Saya dari universitas esa unggul. Maaf, namanya atas nama siapa dan sebagai apa disini ?
- WL : Saya Wulan sebagai beauty advistor di toko ini
- MDL : Oke saya langsung ke pertanyaan pertama saja mungkin ya kak.. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran produk Nature Republic dalam mempertahankan jumlah konsumen ?
- WL : Eeeh.. kalo dari kami sendiri kita melakukan follow up dari data customer yang kita punya, karna kan kita ada membership, jadi kita mempertahankan konsumennya itu menggunakan media whatsapp untuk follow up ke customernya. Adapun untuk dari officenya sendiri itu dibantu melalui iklan-iklan media seperti di media sosial pada Instagram nature republic Indonesia sama dari tiktok gitu
- MDL : Kalau itu bagaimana Nature Rebuplic melakukan untuk beriklan agar menarik konsumen?
- WL : Untuk iklannya itu hm.. tadi menggunakan media sosial Instagram, tiktok dan ada juga websitenya
- MDL : Biasanya tuh media apa yang sering digunakan untuk memudahkan konsumen mengetahui produknya nature republic ?
- WL : Hmm ada shopee officialnya, trus ada juga eem Tokopedia officialnya sama Instagram nature republic Indonesia dan tiktok
- MDL : Apakah ada kendala nature republic dalam menarik konsumen melalui media iklan yang digunakan ?
- WL : Hmm banyaknya pesaing skincare dari nature republic baik brand lokal maupun ee produk dari luar
- MDL : Mengapa produk nature republic memilih beriklan disana ?
- WL : Karena kita menyesuaikan perkembangan eem teknologi yang ada ya kak, jadi kita mengikuti itu sendiri sih
- MDL : Selain beriklan dimedia, apakah nature republic beriklan menggunakan iklan berbayar seperti billboard atau sebagainya ?
- WL : Untuk di kami sendiri hanya itu eem tapi misalkan untuk dari pusatnya kami dari iklan media sosial sih kak

- MDL : Bagaimana sih yang dilakukan disini untuk menarik sebuah motivasi yang dimana konsumen untuk kembali membeli produk ini ?
- WL : Biasanya sih kita menggunakan influencer-influencer untuk eem ya menarik konsumennya itu sendiri, selain dari media sosialnya jadi kita tuh kadang mengundang itu atau kita mengundang kayak loyal customer kalo misalkan kita ada ngadain workshop
- MDL : Apa saja yang akan di berikan kepada konsumen agar tertarik membeli produk Nature Republic ?”
- WL : Untuk menarik konsumen.. kita biasanya ada promo-promo yang menarik maupun dari online store ataupun offline store, biasanya merupakan kayak gift buat customernya minimal belanja berapa itu biasanya dapat gift
- MDL : Promosi apa yang akan di dorong oleh produk ini untuk mengambil keputusan dari konsumen pada produk ini ?
- WL : Dari kami itu menggunakan whatsapp dengan follow up ke customer, trus kita juga suka bikin konten-konten tiktok
- MDL : Media iklan apa saja yang digunakan produk nature republic untuk memudahkan konsumen mengetahui produk ini ?
- WL : Ada website, Instagram, tiktok, Tokopedia, shopee
- MDL : Bagaimana melakukan kunjungan untuk mendorong konsumen maupun calon konsumen yang diinginkan ?
- WL : Untuk yang non-membership itu kita pakai iklan media sosial, kalo untuk yang udah jadi membership sih ya kita biasanya follow up
- MDL : Bagaimana mempengaruhi agar hubungan baik antara konsumen dengan produk Nature Republic pada pembelian selanjutnya ?
- WL : Kita mengutamakan banget ke service yang terbaik buat customer biar customer itu nyaman terus eem balik lagi
- MDL : Apa saja yang dilakukan produk Nature Republic untuk mempengaruhi minat pembelian yang diinginkan kepada konsumen?”
- WL : Kita biasanya melakukan selling, kalo di store nya sendiri untuk beauty advistor itu pasti melakukan komunikasi terus kita kaya cross selling, up selling.. nah kita ketahui nya dari situ, apa sih yang diinginkan customer
- MDL : Selanjutnya pertanyaan terakhir ya kak.. Bagaimana produk Nature Republic mempengaruhi konsumen dalam kegiatan *event dan sponsorship* ? Dan bisakah dijelaskan kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan tim marketing untuk mempengaruhi agar konsumen tetap loyal terhadap Nature Republic?
- WL : Mengadakan workshop, dan beauty class, eem terus menjalin hubungan dengan loyal customer, tetap melakukan service yang terbaik gitu sih kak

- MDL : Oke kak terimakasih atas jawabannya dari semua pertanyaan telah dijawab dengan jelas
- WL : Oke kak, semoga membantu ya. Semangat ya kak

LAMPIRAN 4. Wawancara dengan informan 4

- Narasumber / Status : Putri (P) / Konsumen
- Penanya : Mega Dhewy Lestari (MDL)
- Tipe wawancara : Terstruktur
- Hari / Tanggal : Sabtu/ 22 juli 2023
- Waktu : 10.00 WIB

- | Inisial | Transkrip |
|----------------|---|
| MDL | : Halo sore kak, saya Mega.. Apa boleh aku tanya tanya untuk penelitian skripsi dan bisa di rekam suaranya kak, melalui Whatsapp |
| P | : Ohh boleh, sebentar ya |
| MDL | : Bagaimana anda mengetahui produk Nature Republic ini ? Apakah melalui iklan, rekomendasi dari teman, atau media sosial? |
| P | : Aku sih dapat referensi dari temen. |
| MDL | : Apa yang membuat Anda tertarik untuk mencoba produk Nature Republic? |
| P | : Karena katanya bagus untuk melembabkan kulit kering |
| MDL | : Apakah ada strategi pemasaran Nature Republic yang menurut Anda sangat efektif dalam mendorong minat dan kepercayaan konsumen? |
| P | : Menjadikan NCT 127 sebagai Brand Ambassador cukup efektif untuk pemasaran si dengan minat daya beli kpopers yang cukup tinggi demi mendapatkan berbagai merch dari pembelian produk |
| MDL | : Apakah anda selalu membeli produk secara berulang ? |
| P | : Untuk sekarang mungkin produk yang saya pakai bisa di beli ulang selama 3bulan sekali karena produk yang saya pakai termasuk banyak isinya. |
| MDL | : Bagaimana pengalaman Anda dengan menggunakan produk Nature Republic? Apakah hasilnya memenuhi harapan Anda? |
| P | : Di bilang memenuhi yaa worth it untuk di coba. Tapi itu balik lagi ke jenis kulit kalian |
| MDL | : Bagaimana menurut Anda desain kemasan dan visual dari produk Nature Republic? Apakah itu menarik perhatian Anda? |

- P : Untuk design si ya normalnya produk si jadi biasa aja tidak ada yang special
- MDL : Apakah Anda pernah mengikuti promosi atau penawaran khusus dari Nature Republic? Bagaimana pengalaman Anda dengan itu?
- P : Pernah ikut, gregetan untuk minimal pembelian dapat merchandise nya cukup menguras kantong gitu sih
- MDL : Apakah Anda pernah berinteraksi dengan merek Nature Republic melalui media sosial atau platform online lainnya? Bagaimana pengalaman Anda dengan interaksi tersebut?
- P : Pernah lewat Shopee. Biasa aja si adminnya rada lama bales pertanyaan.. tapi gapapa sih
- MDL : Bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan Nature Republic memengaruhi keputusan Anda untuk membeli atau mencoba produk mereka?
- P : Karena di rekomendasiin jadi komunikasi pasarannya diriku kurang paham, tapi ketika Brand Ambassador nya NCT 127 termasuk cara pemasaran yang mantap untuk meningkatkan penjualan
- MDL : Apakah penggunaan selebriti atau influencer dalam kampanye pemasaran Nature Republic mempengaruhi minat Anda untuk mencoba produk mereka? Jika ya, mengapa?
- P : Sangat mempengaruhi haha, karena mau samaan kaya wajah NCT 127 yang pakai
- MDL : Apakah Anda merasa terhubung dengan nilai-nilai merek Nature Republic, seperti dukungan pada lingkungan atau bahan-bahan alami? Mengapa?
- P : Untuk beberapa produk iya
- MDL : Bagaimana Nature Republic berkomunikasi dengan Anda sebagai konsumen? Apakah mereka responsif terhadap pertanyaan atau masukan Anda?
- P : Belum pernah kasih masukan juga si jadi belum bisa jawab pertanyaan ini
- MDL : Oke kak terimakasih atas jawabannya dari semua pertanyaan telah dijawab dengan cukup baik
- P : Oke siap, semoga membantu ya Mega. Semangat ya kak

LAMPIRAN 5. Dokumentasi Tempat Penelitian



Gambar 5.1 Produk Nature Republic



Gambar 5.2 Toko Nature Republic

LAMPIRAN 6. Dokumentasi Pengujian



Gambar 6.1 Dokumentasi Pengujian dengan Informan 1



Gambar 6.2 Dokumentasi Pengujian dengan Informan 2



Gambar 6.2 Dokumentasi Pengujian dengan Informan 3