

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Husain, Usman dan Purnomo Setiady, 2011, *Metodelogi Penelitian Sosial Edisi Kedua*, Jakarta : Bumi Aksara

Daryanto, 2014 *Teori Komunikasi Malang*
Gunung Samudra

Sumawan, U., Puspitawati. H., Hariadi. A., Muki
Ali, M., Gazali, M (2003). *Strategi Periklanan
Pada E- Commere Perusahaan Top Dunia*
Penerbit Andi

Dr. Redi Panuju, M.Si., 2019 *Komunikasi Pemasaran Pemasaran
Sebagai Gejala Komunikasi*. Edisi Pertama, Surabaya
Prenandamedia Group

Bungin, Burhan. 2017. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi,
Kebijakan*

Publik dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta : Kencana Prenada Media
Group

Sendjaya, Sasa Djursa 2002. *Teori Komunikasi*. Jakarta UT

Rosady, Ruslan. (2008). *Metode Penelitian Public Relations dan
Komunikasi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan :
Benyamin Molan Jilid 1 Edisi 11. Jakarta : Indeks

Basrowi dan Suwandi (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif* Jakarta : PT
Rineka Cipta

Effendy, Onong Uchjana. (2000) Ilmu, Teori dan
Filsafat Komunikasi Bandung : PT. Citrat Aditya
Bakti

Prisgunanto, Ilham. (2006). *Komunikasi Pemasaran, Strategi dan Taktik*.
Jakarta, Ghalia Indonesia

Edi Suryadi, 2018, *Strategi Komunikasi, PT Remaja Rosdakarya*, Bandung

Creswell, J, W. 2010, *Reseach Design : Pendekatan
Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta PT
Pustaka Pelajar

Ardianto, Elvinaro, 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung Ferrinadewi,

Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen : Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Dr. H.Salim, M.pd., Dr. Haidir, S.Ag., M.Pd., *Penelitian Pnedidikan Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Medan : Kencana

Saladin, Djaslim. 2003. *Manajemen Startegi & Kebijakan Perusahaan*. Bandung : Gameca Exact Bandung

Setiadi, J. Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media

Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta Gramedia, 2009)

Dr, H, Rusydi Ananda, M.Pd Amiruddin, M.Pd (2017), *Inovasi Pendidikan*. Cv. Widya Puspita

Jurnal :

Muhammad Riza Hafizi, Mariatul Jannah (2021). Strategi Pedagang Pasar dalam Mempertahankan Usaha Pasca Kebakaran. Insitut Agama Islam Negeri Palangka RayaVol, 5 No. 1 E-ISSN : 2598-0955

Cawalinya Livsanthi Hasyim, Elisabeth Cory Ohoiwutun (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Ikan Teri (*Stolephours Sp.*) Kering. Politeknik Perikanan Negeri Tual Vol. 21 No. 2 ISSN-1420-8291

Skripsi :

Andi Annisa Indira Octavianty (2018). UIN Alauddin Makassar. Strategi Komunikasi Pemasaran Bolu ta' Makassar dalam Menghadapi Persaingan. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Theresia Gabriella Ruliawan (2020). Universitas Hasanudin Makassar. Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Indosat Ooredoo Sumapa ,Tbk Makassar dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan. Depatermen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Irodatul Khasanah (2019). UIN Sunan Ampel Surabaya Strategi Komunikasi Pemasaran Lasagna Larise Dalam Meningkatkan Penjualan. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

LAMPIRAN I

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA PEDAGANG OFFLINE

Dalam pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PEDAGANG ONLINE**”. Berikut daftar pertanyaan wawancara :

Pedoman Wawancara Pedagang Pusat Pasar :

Nama :
Tempat/Tanggal Lahir :
Jenis Kelamin :
Umur :
Pekerjaan/Jabatan :
Alamat Tempat Tinggal :
Hari/Tanggal Pengisian :
Lokasi :
Jam :

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA Wawancara Lampiran I (penjual offline)

1. Bagaimana hambatan usaha bapak/ibu mengenai strategi komunikasi pemasaran ?
2. Apa latar belakang bapak/ibu memilih usaha ini ?
3. Apakah bapak/ibu mengetahui perkembangan online shop ? jika iya, bagaimana bapak/ibu menyikapinya?
4. Apakah pernah terjadi keributan antara pedagang pusat pasar dengan online shop ?
5. Bagaimana sejarah perkembangan usaha ini hingga sekarang ?
6. Apa yang membuat bapak/ibu yakin selama menjalankan usaha ini ?
7. Apakah penurunan jumlah pembeli berpengaruh karna adanya online shop?

8. Apa strategi yang bapak/ibu terapkan dalam berusaha ?
9. Bagaimana cara bapak/ibu mengatasi persaingan ?
10. Bagaimana cara strategi pemasaran bapak/ibu saat masa pandemi ini ?
11. Apakah ada online shop berpengaruh bagi usaha bapak/ibu?



LAMPIRAN II

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA PEDAGANG ONLINE

Dalam pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PEDAGANG ONLINE**”. Berikut daftar pertanyaan wawancara :

Pedoman Wawancara Pedagang Online :

Nama :
Tempat/Tanggal Lahir :
Jenis Kelamin :
Umur :
Pekerjaan/Jabatan :
Alamat Tempat Tinggal :
Hari/Tanggal Pengisian :
Lokasi :
Jam :

Wawancara lampiran II (Penjual online)

1. Sejak kapan berdirinya usaha penjualan online bapak/ibu
2. Apa alasan bapak/ibu lebih memilih penjualan online dibandingkan offline?
3. Lebih efektif strategi pemasaran online atau offline ?
4. Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan strategi online ?
5. Seberapa penting pemasaran online di toko bapak/ibu ?
6. Bagaimana mempertahankan strategi online dalam menghadapi persaingan ?
7. Sejak kapan bapak/ibu menerapkan strategi pemasaran online ?
8. Apakah strategi pemasaran online lebih banyak pelanggan ?
9. Apakah ada kendala dalam menerapkan strategi pemasaran online ?

10. Resiko apa saja yang sudah dihadapi selama strategi pemasaran online ?
11. Hal apa saja yang membuat bapak/ibu menerapkan startegi pemasaran online ?



**WAWANCARA BERSAMA PEMILIK TOKO RETRO 87
PUSAT PASAR MEDAN**



**WAWANCARA BERSAMA PEMILIK TOKO KOTO BROTHERS PUSAT
PASIR MEDAN**



**WAWANCARA BERSAMA PEMILIK TOKO DESWAN KISD
PUSAT PASAR MEDAN**



WAWANCARA BERSAMA OWNER MARKET MIXER



WAWANCARA BERSAMA OWNER CLOTHING DARDIR



WAWANCARA BERSAMA OWNER NADHEY ZIA SHOP



TAMPILAN DEPAN TOKO KOTO BROTHERS



TAMPILAN DEPAN TOKO RETRO 87

