

**STRATEGI *BRANDING IMAGE* BUTIK MEJIKUhibiniu MELALUI
*PERSONAL SELLING***

(Studi pada Butik Mejikuhibiniu)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S-1)



OLEH :

ALVIN RAYHAN MAHARDHIKA

201810040311295

Dosen Pembimbing :

Prof. Dr. Muslimin Machmud. M,Si

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN




SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Alvin Rayhan Mahardhika
201810040311295

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S I) Ilmu Komunikasi
Jumat, 11 Juni 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si** ()
2. **M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si** ()
3. **Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si** ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Muhammad Shuhur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI BRANDING IMAGE BUTIK MEJIKU HIBINIU MELALUI
PERSONAL SELLING
(STUDI PADA BUTIK MEJIKU HIBINIU)

Diajukan Oleh :

ALVIN RAYHAN MAHARDHIKA
201810040311295

Telah disetujui
Jumat / 11 Juli 2025

Pembimbing I


Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si

Wakil Dekan I


Nasrullah, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Nasrullah, M.Si

LEMBAR PERSETUJUAN


UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Lembar Persetujuan Skripsi


Nama : Alvin Rayhan Mahardhika
NIM : 201810040311295
Jurusan : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
Judul Skripsi : Strategi Branding Image Butik Mejikuhibiniu melalui Personal Selling (Studi pada Butik Mejikuhibiniu)

Disetujui,
Pembimbing


Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Ranirung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Beninglungan Sulaeni No 166 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 921 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Togomes No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam romawi)/(tahun daftar sidang)

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Alvin Rayhan Mahardhika
No. Induk Mahasiswa : 201810040311295
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi :

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang 20 Juni 2025
Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 951 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 951 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam
romawi)/(tahun daftar sidang)

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Alvin Rayhan mahardhika
NIM : 201810040311295
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 13 tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 20 Juni 2025

Ketua Program Studi



Nasrullah M.Si



Kampus I

Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sidani No. 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 148 (Hunting)
F. +62 341 562 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Alvin Rayhan Mahardhika
2. NIM : 201810040311295
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Strategi Branding Image Butik Mejikuhibiniu melalui Personal Selling (Studi pada Butik Mejikuhibiniu)
6. Pembimbing : Prof. Dr. Muslimin Machmud, M,Si
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
29/10/24	Konsultasi Judul dan Topik Penelitian	<i>[Signature]</i>
3/11/24	ACC Judul Penelitian dan BAB I	<i>[Signature]</i>
26/11/23	Bimbingan BAB II	<i>[Signature]</i>
10/12/24	Revisi BAB II	<i>[Signature]</i>
17/12/24	Revisi Fokus Penelitian BAB II & Bimbingan BAB III	<i>[Signature]</i>
14/1/25	Revisi BAB III & Penyusunan Instrumen Penelitian	<i>[Signature]</i>
4/2/25	Revisi BAB III	<i>[Signature]</i>
4/3/25	ACC BAB III & Instrumen Penelitian	<i>[Signature]</i>
18/3/25	ACC BAB IV & Turun Lapangan Penelitian	<i>[Signature]</i>
20/5/25	Bimbingan BAB V & BAB VI	<i>[Signature]</i>
27/5/25	ACC BAB V, BAB VI	<i>[Signature]</i>
4/6/25	Seminar Hasil	<i>[Signature]</i>

Malang, 10 Juni 2025

Dosen Pembimbing.

Prof. Dr. Muslimin Machmud, M,Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 293 (Hunting)
F. +62 341 466 135

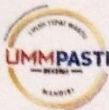
Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 466 318 (Hunting)
F. +62 341 466 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Rabu, 4 Juni 2025

Pukul 18.00

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Alvin Rayhan Mahardhika
NIM	201810040311295
Kosentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Strategi Branding Image Butik Mejikuhibiniu melalui Personal Selling (Studi pada Butik Mejikuhibiniu)
Pembimbing	Prof. Dr. Muslimin Machmud, M,Si
Dosen Penguji I	Jamroji,S.Sos. , M.Comms

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform* Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji I dan sejumlah 18 Partisipan (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/ TIDAK LULUS

Dosen Pembimbing,

Malang, 10 Juni 2025

Dosen Penguji,

Prof. Dr. Muslimin
Machmud, M,Si

Jamroji,S.Sos. , M.Comms

Mengetahui,
Kaprod/Sekprodi Ilmu Komunikasi,



Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 149 (Hunting)
F. +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

Strategi Branding Image Butik Mejikuhibiniu melalui Personal Selling

(Studi pada Butik Mejikuhibiniu)

Oleh:

Nama : Alvin Rayhan Mahardhika

NIM : 201810040311295

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 20 Juni 2025

Pembimbing I

Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si

NIP. 196708241993031001



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 346 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : ALVIN RAYHAN MAHARDAKA

NIM : 201810040311295

Hasil Plagiasi: ^{25/6} ^{26/6}

BAB I	70	15		
BAB II	12			
BAB III	19			

^{23/6} ^{26/6} ^{28/6}

BAB IV	3			
BAB V	5			
BAB VI	29	21	9	




PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
Admin Plagiasi Prodi
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG


M. Dasuki



SURAT PERNYATAAN MATERAI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



LIMPASTI
MAGISTER

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Alvin Rayhan Mahardhika
NIM : 201810040311295
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Strategi Branding Image Butik Mejikuhibiniu melalui Personal Selling
(Studi pada Butik Mejikuhibiniu)


adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.


3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 20 Juni 2025
Yang Menyatakan,



Alvin Rayhan Mahardhika



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Kampus I Jl. Sandang I Malang, Jawa Timur P: +62 341 501 253 (punting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutarni No. 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 501 148 (punting) F: +62 341 582 000	Kampus III Jl. Raya Tojomas No. 248 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 319 (punting) F: +62 341 483 435 E: webmaster@umm.ac.id
---	--	--

ABSTRAK

ABSTRAK

Alvin Rayhan Mahardhika. 201810040311295. Strategi Branding Image Butik Mejikuhibiniu melalui Personal Selling (Studi pada Butik Mejikuhibiniu). Skripsi 2025.

Branding sendiri secara istilah merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam rangka membangun dan membesarkan brand. Strategi branding image yang diterapkan oleh Butik Mejikuhibiniu menjadi hal yang utama dalam membangun komunikasi dengan para pelanggannya dalam menjual produk butik. Personal selling menjadi upaya dalam menjalin interaksi yang baik dengan para pelanggannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi branding image melalui personal selling produk butik Mejikuhibiniu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif dan studi kasus menjadi dasarnya. Teknik pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dan dokumentasi serta pemeriksaan keabsahan data dengan triangulasi sumber. Penelitian ini menggunakan Teori Interaksi Simbolik oleh George Herbert Mead sebagai landasan teori untuk analisis datanya.


Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses interaksi yang terbangun pada butik Mejikuhibiniu terjadi secara langsung dengan komunikasi dua arah. Interaksi yang terjalin dengan pelanggan adalah Mengamati calon pembeli sebelum interaksi terjadi; Pemanfaatan media digital berbasis personal seperti Whatsapp dan Instagram; Pendekatan personal dalam pengelolaan kritik dan saran oleh pelanggan butik; Edukasi terkait produk rilisan butik terhadap calon pembeli sebagai upaya pendekatan personal selling yang dilakukan dalam menarik pelanggan baru.

Kata Kunci : Strategi Branding Image, Personal Selling

Malang, 2 Juni 2025

Dosen pembimbing

Penulis



Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si



Alvin Rayhan Mahardhika

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas karunia, berkah, dan kebaikan yang melimpah. Akhirnya tugas akhir skripsi dengan judul **“Strategi Branding Image Butik Mejikuhibiniu melalui Personal Selling (Studi pada Butik Mejikuhibiniu)”** dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini ditulis dan diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Selama melakukan penyusunan karya skripsi, banyak hambatan dan rintangan yang menghampiri. Namun, tidak sedikit pula pihak yang membantu penulis untuk dalam memberikan masukan, saran, dan dukungan sehingga karya skripsi ini dapat dirampungkan. Terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan skripsi juga rasa hormat kepada:

1. Allah SWT Yang Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. Terima kasih telah memberi kesempatan dan pertolongan-Nya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Orang tua tercinta, Ummi dan Abi yang senantiasa memberi dukungan dalam bentuk apapun serta perpanjangan dukungan berupa doa untuk kelancaran studi dan penelitian saya. Serta peran Sajida Chantika Duannevinsa sebagai adik yang senantiasa memberi dukungan waktu dan tenaga yang telah menjadi teman untuk berdiskusi.
3. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si., selaku Rektor, Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Prof. Dr. H. Muslimin Machmud, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Malang yang sekaligus menjadi dosen pembimbing saya dalam penelitian ini.
5. Bapak Nasurillah, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, dan pihak Administrasi yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan dukungan selama masa perkuliahan.

7. Kepada owner butik Mejikuhibiniu, Ibu Sondang Maria Pasaribu, serta Bapak Sulistyو Trisakti selaku co-owner butik yang telah memberikan izin, informasi hingga wawasan baru yang menjadi kontribusi besar dalam terwujudnya penelitian ini.
8. Kepada Vidya Pratiwi selaku tante/bibi saya yang telah membimbing saya dengan memberikan arahan akademik selama penyusunan hingga penulisan penelitian menjadi sebuah naskah skripsi.
9. Virgie Seftivani selaku partner yang tak hanya menemani perjalanan masa studi saya, tetapi juga memberikan dukungan serta semangat hidup yang turut memotivasi saya untuk menyelesaikan masa studi ini.
10. Seluruh teman seperjuangan, terutama sahabat dari angkatan 2018 yang terdiri dari: Sahabat sekaligus rekan praktikum Hafizh Rama Dana; Sahabat sejak di UMMFM, Alethea Sugiharto; Anggota grup ujung tanduk yang terdiri dari Rakha Whardhana, Egan, Faiz Naufal Akbar, Achmad Nova Dwi Putra, Muhammad Febriansyah dan Agil Luthfi; Rekan asisten lab komunikasi yang terdiri dari Estri, Akbar, Shinta, Kiki 'Kimbul', dan Icha; Terakhir, sahabat karib sejak SMK Dani Mulyangga.
11. Kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih sebesar-besarnya atas segala dukungan, sampai menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga bisa menjadi amal jariyah untuk kalian semua.
12. Tak lupa saya ucapkan terima kasih kepada diri sendiri, yang tak hanya sanggup menuntaskan penelitian ini tetapi juga telah sanggup menyelesaikan masa studi ini hingga di tahap ujian skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya dalam pengembangan ilmu komunikasi.

Malang, 26 Juni 2025

Penulis,

Alvin Rayhan Mahardhika

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR KETERANGAN SIAP UJI	iv
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	v
BERITA ACARA BIMBINGAN	vi
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
LEMBAR TANDA TERIMA PLAGIASI	ix
SURAT PERNYATAAN MATERAI	x
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Strategi Branding Image.....	8
2.2.1 Strategi.....	8
2.2.2 Branding Image.....	9
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Branding Image.....	10
2.2.4 Aspek Pembentuk <i>Branding Image</i>	11

2.2.5 Strategi Branding Image	12
2.3 Personal Selling	12
2.3.1 Pengertian Personal Selling	12
2.3.2 Ciri-ciri Personal Selling	13
2.3.3 Media dalam Personal Selling	14
2.3.4 Tujuan Personal Selling	15
2.3.5 Manfaat Personal Selling	16
2.4 Basis Teori	17
2.4.1 Pengertian Teori Interaksi Simbolik	17
2.4.2 Dasar-dasar Interaksi Simbolik	18
2.5 Fokus Penelitian	21
BAB III	22
METODE PENELITIAN	22
3.1 Paradigma Penelitian	22
3.2 Pendekatan Penelitian	22
3.3 Tipe dan Dasar Penelitian	23
3.4 Waktu dan Tempat Penelitian	24
3.5 Sumber Data	24
3.6 Metode Pengumpulan Data	25
3.6.1 Observasi	25
3.6.2 Wawancara	25
3.6.3 Dokumentasi	26
3.7 Teknik Analisis Data	26
3.7.1 Pengumpulan data	26
3.7.2 Kondensasi Data	27
3.7.3 Penyajian Data	27
3.7.4 Penarikan Kesimpulan	28

3.8 Uji Keabsahan Data.....	28
3.8.1 Uji Kredibilitas	28
3.8.2 Triangulasi	29
BAB IV	30
GAMBARAN UMUM	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	30
4.2 Struktur Tim	33
BAB V.....	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
5.1 Gambaran Proses Penelitian.....	36
5.1.1 Tahap Pra-lapangan	36
5.1.2 Tahap Lapangan.....	37
5.2 Profil Subjek.....	38
5.3 Pembahasan	39
5.3.1 Mengamati Calon Pembeli.....	39
5.3.1 Pemanfaatan Media Digital Berbasis Personal.....	42
5.3.3 Pengelolaan Kritik dan Saran dari Pelanggan.....	48
5.3.4 Personal Selling sebagai Pendekatan dalam Edukasi Produk	54
5.6 Pembahasan dan Diskusi Teori	59
5.6.1 Citra yang Terbentuk dari Mejikuhibiniu.....	59
5.6.2 Implementasi Personal Selling	61
5.6.3 Diskusi Teori	62
BAB VI	66
KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
6.1 Kesimpulan Penelitian.....	66
6.2 Saran.....	68
6.2.1 Saran Akademik.....	68
6.2.2 Saran Praktis	68

DAFTAR PUSTAKA69
LAMPIRAN WAWANCARA.....71



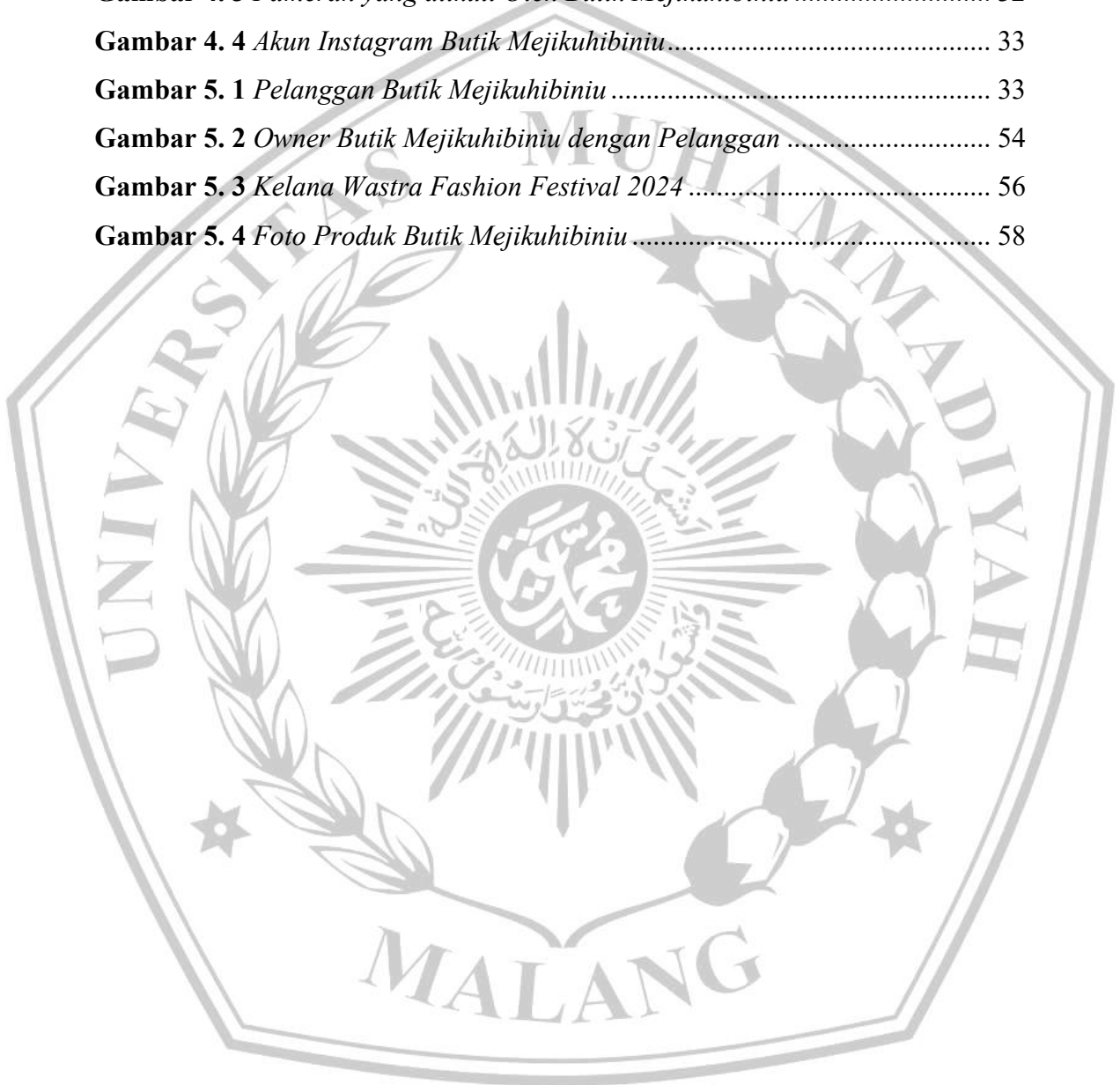
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	8
---	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 <i>Rangka Analisis Model Interaktif oleh Miles & Huberman</i>	26
Gambar 4. 1 <i>Logo Butik Mejikuhibiniu</i>	30
Gambar 4. 2 <i>Foto Produk Mejikuhibiniu</i>	31
Gambar 4. 3 <i>Pameran yang diikuti Oleh Butik Mejikuhibiniu</i>	32
Gambar 4. 4 <i>Akun Instagram Butik Mejikuhibiniu</i>	33
Gambar 5. 1 <i>Pelanggan Butik Mejikuhibiniu</i>	33
Gambar 5. 2 <i>Owner Butik Mejikuhibiniu dengan Pelanggan</i>	54
Gambar 5. 3 <i>Kelana Wastra Fashion Festival 2024</i>	56
Gambar 5. 4 <i>Foto Produk Butik Mejikuhibiniu</i>	58



DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2010). *Metode penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: PT Simbiosis Rekatama Media.
- Assauri, S. (2014). *Strategic marketing*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Caropeboka, R. M. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Hunger, J. &. (2003). *Manajemen Strategis (penerjemah Julianto Agung)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kemendagri. (Statistik Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020). 2020. Jakarta: Kemendagri.
- Kennedy, J. E. (2006). *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana.
- Kotler, &. A. (2012). *Principles of marketing*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, &. A. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, &. K. (2016). *Manajemen Pemasaran (13 ed.)*. (B. Sabran, Trans.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2013). *Strategi Brand Management, 14th Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kristanto, J. (2011). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Erlangga.
- Kusniadji, S. (2018). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi*, 176–183.
- Machmud, M. (2018). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang: Penerbit Selaras.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Mubarak, A. (2010). *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mudjiono, Y. (2016). *Ilmu komunikasi*. Surabaya: Jaudar Press.
- Prastowo, A. (2014). *Memahami Metode-Metode Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Richard West, L. H. (2009). *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Rukajat, A. (2021). *Metodologi Penelitian (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Sleman: Deepublish.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso, E. &. (2010). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sarwono, S. W. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Schiffman, L. &. (2007). *Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Index.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Simamora, H. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan Kedua*. STIE. Yogyakarta: YKPN.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Syabrina, D. A. (2021). Strategi branding image melalui komunikasi interpersonal pada toko online Adorable Projects. *Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenamedia Group.