

- Cabang Padang untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (Skripsi, Universitas Andalas).
- Setyaningrum, R. (2023). Peran *digital marketing* dalam meningkatkan brand dan loyalitas konsumen. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 9(3), 56–70.
- Singgalen, Y. A. (2023). Penerapan metode CRISP-DM untuk optimalisasi strategi pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) layanan akomodasi hotel, homestay, dan resort. *Jurnal Media Informasi Budidarma*, 7(3), 245–253.
- Subani, A. H. (2024). Pengelolaan social media marketing Kedai Kawa Wahidin dalam memasarkan produk berdasarkan customer experience (Skripsi, Universitas Bakrie).
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sudirjo, B., Aulia, N., & Prasetya, Y. (2023). Hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam digitalisasi bisnis. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 21–30.
- Supendi, M., & El Ghifari, L. F. (2024). Penerapan strategi *digital marketing* pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) Waken Cafe. *Jurnal Niara: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 15–25.
- Tarisa, C., Lubis, H. S., & Asrah, B. (2024). Optimalisasi strategi *digital marketing* untuk perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(1), 45–58.
- Tjiptono, F. (2021). *Strategi pemasaran* (5th ed.). Andi.
- Wati, R., Zain, M., & Fitria, H. (2019). *Digital marketing: Konsep dan strategi*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 88–97.
- Zed, E. Z., Ibrahim, I. M., & Nirmawan, N. S. (2024). Analisis SWOT dan pengembangan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM “Piscok Lumer Afisa” di pasar digital. *Jurnal Perubahan Ekonomi*, 8(1), 34–42.

LAMPIRAN 1
TRANSKRIP WAWANCARA

No. Wawancara	:	1
Narasumber/Status	:	Fahad / Direktur Utama
Kode Informan	:	A-1
Hari/Tanggal	:	Selasa, 10 September 2024

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana PT Utama Furniture memanfaatkan berbagai kanal digital seperti media sosial, marketplace, dan <i>website</i> dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan?	Kalau untuk media sosial seperti Instagram itu memang jadi andalan kita sekarang. Soalnya platform itu paling sering dipakai anak-anak muda, dan kita lihat mereka lebih suka konten yang cepat, visual, yang langsung bisa dilihat dan menarik perhatian. Jadi kita manfaatkan itu buat bikin konten yang nggak cuma jualan, tapi juga yang bisa bikin mereka merasa dekat sama brand kita. Misalnya, kita sering upload video proses pembuatan furniture, behind the scene produksi, atau testimoni pelanggan. Tujuannya supaya pelanggan merasa terhubung, nggak cuma sekadar beli, tapi juga tahu siapa kita dan bagaimana kualitas kerja kita. Jadi lebih ke pendekatan emosional juga sih
2	Bagaimana peran media sosial, khususnya Instagram, dalam membangun citra dan kepercayaan pelanggan terhadap PT Utama Furniture?	Dulu orang hanya kenal kita dari toko fisik. Tapi sekarang, tujuan kita adalah dikenal juga di dunia digital. Kita mau orang yang scrolling di Instagram langsung merasa, 'oh ini merek furniture yang bagus'. Jadi bukan cuma soal penjualan, tapi soal kepercayaan juga
3	Apa peran utama dari <i>website</i> resmi dalam mendukung strategi digital perusahaan?	<i>Website</i> kita itu pusat informasinya. Semua promosi, produk unggulan, sampai artikel dan testimoni ada di situ. Kita juga mulai masuk ke Google My

		Business supaya orang bisa nemu kita pas cari di Google
4	Apakah sudah ada integrasi antara sosial media dan <i>website</i> ?	Kita udah aktif di Instagram, tapi itu belum sinkron sama <i>website</i> . Harusnya semua platform saling dukung. Kalau kita bisa gabungkan kekuatan SEO dengan sosial media, bisa lebih kuat narik pelanggan
5	Apakah perusahaan telah mengimplementasikan sistem pengelolaan data pelanggan secara digital?	Kadang kita bingung nyari data pelanggan lama, apalagi kalau transaksi mereka lewat Instagram atau WhatsApp. Belum semua admin nyatet atau input ke sistem, jadi kadang gak bisa follow up. Harusnya ada sistem yang nyimpen semua histori pelanggan.
6	Bagaimana perusahaan menjaga konsistensi dalam publikasi konten digital?	Konsistensi ini lagi kita benahin. Kita sadar bahwa audiens perlu disuguhin konten yang senada terus-menerus. Rencananya sih mau bikin semacam tim kreatif kecil yang kerja bareng admin dan tim pemasaran, biar ada <i>rundown</i> konten harian dan mingguan. Jadi gak asal upload aja