

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Purnomo Setyadi, 1996, *Metode Penelitian Sosial*, Bumi Aksara: Jakarta
- Alifahmi, Hifni, 2008, *Marketing Communication Orchestra*, Examedia, Bandung.
- Candra, Gregorius, 2002, *Strategi dan Program Pemasaran*, Andi Offest, Yogyakarta.
- Kartajaya, Hermawan, 2005, *Positioning, Diferensiasi, Brand*, Gramedia, Jakarta.
- Khasali, Rhenald, 1998 & 1999, *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targeting, Positioning*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Khasali, Rhenald, 2000, *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targeting, Positioning*, Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Melenium Jilid 2, PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, Gary, 2001, *Dasar-dasar Pemasaran Principles of Marketing 7e*, Indeks, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat, 2009, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Machfoedz, Mahmud, 2010, *Komunikasi Pemasaran Modern*, Cakra Ilmu, Yogyakarta.
- Moloeng, Lexy, 2007, *Metodelogi Penelitian Kualitatif Edisi Revis*, Remaja Rosdakarya, Bandung.

- Mulyana, Deddy, 2007, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Yogyakarta.
- Payne, Adrian, 2000, *Essence the of Services Marketing Pemasaran Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Purnama, Lingga, 2002, *Strategi Marketing Plan*, Gramedia Pustaka Utama , Jakarta.
- Ries, AL, And Trout, Jack, 2002, *Positioning: The Batle of Your Mind*, Edisi Ulang Tahun ke 20, Jakarta.
- Santana, Septian, 2007, *Menulis Ilmiah: Metode Penelitian Kualitatif*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Soemanagara, R.D, 2008, *Strategi Marketing Communication*, Alfabeta, Bandung.
- Sogiyono, 2009, *Metode Penelitian Kualitatif*, Gramedia, Jakarta.
- Sutisna, SE, M.E, 2002, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sutopo, HB, 2002, *Metode Penelitian Kualitatif*, Sebelas Maret Universitas Press, Surakarta.
- Tjiptono, Fandi, 1997, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi, 2001, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Cetakan 2, ANDI OFFSET, Yogyakarta..

INTERNET

www.abankirenk.com

www.abankirenk.blogspot.com

<https://www.facebook.com/abankirenk?fref=ts>

<https://twitter.com/abankirenkcorp>

LAMPIRAN

- **Pertanyaan ditujukan kepada General Manager Abankirenk Creative**

- 1. Kapan berdirinya abankirenk creative? Dan bagaimana awal pertama kali terbentuknya abankirenk creative?**

Untuk pertanyaan nomer 1-4 nanti saya kasih profilnya saja, sudah menjawab semua kok.

- 2. Bagaimana asal usul nama Abankirenk Creative?**

- 3. Seperti apakah logo abankirenk creative? Apa artinya?**

- 4. Apa visimisi untuk mendirikan abankirenk creative ini?**

- 5. Bagaimana menentukan segmentasi dan target pasar abankirenk creative?**

untuk mengetahui segmentasi dan pasar abankirenk, dengan melakukan survey pasar tentang tanggapan buku tahunan di masing-masing daerah apakah sudah menjadi kebutuhan pokok, dan ekonomi daerah mengenai dunia pendidikan.

- 6. Kalau gaya hidup para konsumen/client abankirenk creative seperti apa?**

gaya hidup konsumen kita lebih keanak ABG yang belum bisa dibilang dewasa karena mereka lebih senang dengan dunia entertain atau kekinian.

- 7. Perilakunya yang seperti apa?**

perilakunya untuk kawasan Yogyakarta ini konsumen kita sangat beragam jenisnya, karena di setiap sekolah masing-masing berbeda adat dan pergaulannya.

- 8. Dalam setiap tahunnya apakah strategi pemasaran untuk abankirenk creative selalu sama?**

untuk pemasaran abankirenk selalu berbeda setiap tahunnya karena konsumen kita yang selalu berbeda dan competitor kita selalu melakukan pemasaran yang mengikuti kita.

9. Kaitannya dengan visi dan tujuan abankirenk creative, positioning apa yang ingin dicapai oleh abankirenk creative?

sangat berkaitan, positioning yang dicapai abankirenk sekarang adalah abankirenk bisa diakui adalah CV buku tahunan terbesar di Indonesia karena setiap tahunnya mengerjakan lebih dari 100 sekolah di Indonesia, maka setiap tahunnya kita selalu membuka lapangan usaha dan selalu mengembangkan kreatifitas kita.

10. Apakah sekarang ini sudah mencapai positioning tersebut?

menurut saya sudah cukup untuk memperkuat jualan sudah cukup, untuk sekarang kita lebih memperkokoh bagian produksi dan kualitas produk kita.

11. Apa manfaat yang didapat perusahaan abankirenk creative setelah positioning itu tercapai?

yang pasti mempunyai SDM yang cukup banyak dan client yang banyak juga, jadi kita bisa belajar atau mempelajari system dan pengembangan usaha, yang dulunya abankirenk muncul atau tercipta karena sebuah pertemanan sekarang sudah waktunya menjadi sebuah perusahaan.

12. Untuk kedepannya pasti manajemen abankirenk creative punya rencana untuk mengembangkan dan memelihara positioning tersebut, bagaimanakah caranya?

untuk saat ini pengembangan abankirenk tidak hanya di buku tahunan saja, kita akan mengembangkan abankirenk dengan memulai usaha-usaha baru untuk pengembangan usaha dan pengembangan ekonomi kantor.

13. Walaupun misalnya sudah dikenal sebagai perusahaan buku tahunan sekolah, pasti ada karakter yang ingin dibangun oleh abankirenk creative. Karakter seperti apa yang sebenarnya ingin ditunjukkan?

yang akan kita bangun sekarang adalah konsumen bangga menggunakan produk abankirenk

14. Adakah kelemahan abankirenk creative saat ini?

saya lihat buat sekarang ini kelemahan abankirenk ada di controlling pelayanan SDM abankirenk kekonsumen.

15. Bisa diceritakan proses positioning abankirenk creative?

Dari awal berdiri Abankirenk Creative merupakan sebuah perusahaan diindustri kreatif, bisa dibilang sebuah EO (Event Organizer) yang masih srabutan belum tentu arah tujuannya. Namun melihat celah peluang dibuka tahunan maka dari itu kami mencoba untuk mengembangkan ide buku tahunan tersebut. Dan akhirnya tim kami menyimpulkan bahwa akan fokus diposisi sebagai perusahaan buku tahunan sekolah. Dari awal pertama, kami sudah ada diposisi yang aman. Karena abankirenk merupakan satu satunya perusahaan buku tahunan sekolah yang benar benar konsen untuk buku tahunan. Dan akhirnya beberapa tahun awal kami jalan, kami selalu berada diposisi market leader. Dan itu menjadi kekuatan kami, karena dengan hal tersebut sampel buku yang kami miliki semakin banyak sehingga menunjukkan kepercayaan yang bagus dari para calon client. Namun seiring berjalannya waktu, pesaing-pesaingpun mulai bermunculan, akhirnya kami harus memutar otak tidak hanya berhenti disini. Kami harus bisa mengembangkan lagi buku-buku tersebut, tidak hanya begitu-begitu saja. Kami mencoba selalu meng-update informasi perkembangan teknologi percetakan, finishing, material cetak, packaging, konsep dan lain sebagainya. Dengan begitu kami pengen menunjukkan kepada konsumen, dengan begitu banyaknya client kami berani menjamin kekreatifitasan kami dalam mewujudkan buku tahunan yang benar-benar beda disetiap masing-masing sekolah. Dan akhirnya kami sekarang ini bisa menuju kesana. Sebuah perusahaan buku tahunan yang creative, innovative, remarkable.

16. Apakah manajemen abankirenk creative melakukan riset pasar dan persaingan sebelum menentukan positioningnya?

Kalau riset secara formal, artinya terjun kelapangan dengan membagi kuesioner gitu belum pernah sih. Paling ya melalui pengamatan aja. Tanya sini situ ke sekolah-sekolah tentang perkembangan buku tahunan.

Kemudian kitalah nantinya yang akan menciptakan trend buku tahunan yang paling beda.

17. Bagaimana kesesuaian antara positioning dengan promise yang dijanjikan abankirenk creative? Apakah sesuai?

Kalo kesesuaiannya, bisa dibilang sudah mendekati. Karena sekarang ini kami sedang menjalankannya. Kami selalu berusaha menunjukkan dan memberikan fasilitas yang terbaik kepada konsumen. Sebisa mungkin semua itu kami berikan dengan kesepakatan yang sudah ada.

18. Bagaimana cara mengekspresikan promise dalam produk abankirenk creative ini? Apakah melalui kemasan, desain, atau yang bagaimana?

Secara pelayanan, setiap karyawan kami sebagian besar mereka masih berumur 20an tahun yang gak begitu jauh juga selisih umurnya dengan klien. Sehingga merekapun bisa menjalin pekerjaan dengan santai. Dari situ akhirnya bisa menghasilkan karya-karya yang muda atau bisa dibilang ngepop mengikuti jamannya.

19. Bagaimana para karyawan menerapkan promise abankirenk creative dalam setiap kegiatan produksi/pemasaran yang dilakukan?

Kami selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua klien. Diluar waktu produksi, para karyawan yang terjun kelapangan kami selalu tegaskan untuk menjaga attitude didepan klien. Dan kami tegaskan dengan sangsi sangsi yang berlaku untuk setiap kesalahan. Denga demikian para karyawan akan meminimalisir kesalahan didepan klien yang akan menjadikan citra buruk perusahaan.

20. Kalau yang dimaksud dengan positioning sebagai perusahaan buku tahunan *creative, innovative, remarkable* itu bagaimana?

jadi untuk creative tersebut, kami akan memberikan pelayanan konsep bagi setiap sekolah. Dan semua buku yang kami kerjakan dijamin berbeda beda antara sekolah satu dan yang lainnya. Inovatifnya, kami selalu menghadirkan hal yang baru untuk setiap buku tahunan yang kami kerjakan. Mulai dari konsep, packaging, material bahan baku, finishing, teknologi cetak dan beberapa ide lain. Remarkable itu kami pengen setiap karya kami itu gak akan terlupakan dari mulai proses produksinya keseruan waktu produksi, dan terlebih dengan sekolahnya.

21. Supaya hal itu bisa tercapai, langkah apa yang ditempuh?

Sebelum produksi, tim kreatif akan membahas tentang konsep yang akan ditawarkan kepada klien. Dan yang pasti konsep tersebut harus benar-benar luar biasa artinya beda dari yang lain dan harus berinovasi. Kemudian setelah kami yakin dengan konsep tersebut, kami mengadakan rapat dengan panitia buku tahunan sekolah untuk membahas konsep yang kami tawarkan. Ketika panitia sudah menetujui baru nanti kami eksekusi. Setelah selesai produksi kami selalu mengadakan rapat evaluasi, quality control, agar semua itu sesuai dengan harapan perusahaan dan klien.

22. Apa saja media yang digunakan untuk melakukan promosi *abankirenk creative*?

Kita gak banyak melakukan promosi di media cetak, memang jarang sekali atau belum pernah, saya lupa. Hehe ☺ paling kami cuma di website, facebook, tweeter, blog, dan social media lainnya. Kalo cetak-cetak paling ya Cuma sekedar nebeng karna jadi sponsor event aja masuk di poster event mereka. Kalau yang lain, paling ya cuma liputan-liputan media massa aja.

23. Kegiatan branding apa saja yang telah atau dilakukan ?

Sekarang-sekarang ini sudah jarang, dulu sih pernah pasang spanduk untuk kantin-kantin sekolah itu. Kalau sekarang-sekarang ini ya masih dengan ikut serta mensupport event-event SMA. Ikut stand di beberapa event expo, ngadain acara untuk anak-anak sekolah kayak lomba poster, hunting foto bareng, dll.

24. Untuk kedepannya, kira-kira kegiatan apa saja yang mau direncanakan untuk mengembangkan abankirenk creative?

Dalam waktu dekat belum ada rencana sih, paling ya standar sesi foto aja bareng beberapa fotografer jogja. Kalau bisa sih pengen wujudin impian kami dulu untuk bisa menggelar acara pameran buku tahunan pas tanggal ulang tahun 15 Januari 2014 nanti. Hehe amiiin ☺

- **Pertanyaan ditujukan kepada manager marketing Abankirenk Creative**

Nama : Haris Pranoto

Jabatan : Manajer Marketing

1. Siapa saja segmen yang dituju oleh abankirenk creative?

Segmen yang kami tuju adalah semua instansi sekolah baik dari SD sampai dengan SMA bahkan kampuspun bisa. Karena mereka-mereka itulah yang selalu rutin untuk membuat buku tahunan disetiap akhir tahun kelulusan, bisa dibilang sudah menjadi kebutuhan mereka.

2. Bagaimanakah anda melihat persaingan perusahaan buku tahunan sekolah saat ini?

Saat ini persaingan buku tahunan mulai semrawut. Banyak production house lain menawarkan dengan harga sangat murah tanpa mempertimbangkan kualitas. Disamping itu banya juga PH yang memberikan sogokan atau uang pelican pada oknum tertentu yang menyebabkan sulitnya proses tender.

3. Apa yang anda targetkan untuk Abankirenk creative sekarang ini?

Loyalitas konsumen

4. Untuk mewujudkan target tersebut, strategi apa yang anda lakukan ?

Membuat berbagai macam program yang intinya akan mendekatkan abankirenk pada anak sekolah. Mensupport setiap kegiatan yang ada yang dibuat oleh anak sekolah

5. Bagaimana mengatasi persaingan pasar buku tahunan sekolah terhadap banyaknya perusahaan buku tahunan sekolah yang ada di Jogja ini?

Kita menggunakan berbagai macam fasilitas yang sudah ada, seperti pop up atau paper art. Disilain marketing abankienk sekrang memiliki kewajiban handal dalam pembuatan event , harapannya bisa membantu anak sekolah yang sedang akan membuat event.

6. Menurut anda, pesaing terbesar saat ini siapa?

Indie corp dan aperture creative karena mereka memiliki harga yang relative murah

7. Bagaimana anda menyikapinya?

Kami menggunakan berbagai macam cara, salah satunya dengan pendekatan membantu anak sekolah dalam melaksanakan event2nya

8. Apa saja kelebihan dan kekurangan pesaing anda tersebut?

Harga murah

Kekurangannya mereka masih blm memiliki sample yang bagus abankirenk

9. Kalau mengevaluasi strategi pemasarannya atau mempelajari strategi pemasaran competitor?

Mereka handal dalam mkemberikan uang pelicin atau cash back sebagai iming2 supaya sekolah bersangkutan cepat deal.

10. Apa yang menjadi pertimbangan penawaran produk kepada konsumen?

Lokasi sekolah

Kemampuan financial sekolah

Kapasitas produksi

11. Sekolah mana saja yang menjadi target utama abankirenk creative?

semua sekolah favorit di setiap daerahnya.

12. Apakah ada strategi yang berbeda untuk masing-masing sekolah?

Jelas berbeda, karena setiap sekolah memiliki anak – anak dengan psikologi dan pemahaman berbeda. Hal itu berimbas harus sensitifnya marketing supaya tidak salah dalam mengambil langkah

13. Selain melakukan penawaran langsung adakah kegiatan lain yang dilakukan devisi marketing untuk menarik konsumen?

Ada. Rutin menjalankan program

14. Bagaimanakah strategi yang dilakukan untuk meningkatkan loyalitas konsumen/*client* abankirenk creative?

Mensponsori event anak sekolah

Adanya beberapa program rutin lainnya seperti hunting foto bareng dan lomba futsal

15. Menurut anda pentingkah abankirenk creative untuk beriklan disuatu media?

Perlu. Karena segmentai pasarnya semakin meluas

Pertanyaan ditujukan kepada *client*/konsumen abankirenk creative

Nama : Shinta Nourmalupita

Sekolah : SMA N 10 Yogyakarta

Kelas : XII

1. Seberapa pentingkah buku tahunan sekolah ?

Penting sekali, karena dengan adanya bguku tahunan itu aku bakal bisa mengenang kembali temen-temen seangkatanku setelah lulus nanti. Jadi kalo kangen mantan juga bisa mas liatin fotonya. hehehe

2. Buku tahunan sekolah yang bagus sesuai dengan criteriamu seperti apa?

Kalo sesuai kriteriaku, seneng yang simple sih mas. Jelas beda dong dengan sekolah lain. Yang pasti dari konsepnya dulu yg menarik ya seperti klasik, vintage2 gityuu.

3. Tahukah perusahaan/EO buku tahunan sekolah yang kamu kenal?

Apa ya mas, aku cuma tau abankirenk sama colourfull aja sih, yang lainnya kurang tau mas.

4. Apa yang menjadi pertimbangan kamu untuk memilih sebuah perusahaan buku tahunan sekolah yang menjadi partner untuk pengerjaan sebuah buku tahunan?

Yang pasti itu liat hasil desain produknya, terus kalo yang lain-lainnya paling ya trackrecordnya selama ngerjain buku tahunan itu gimana. Yang bisa kasih harga pas sesuai dengan kualitas. hehehe

5. Apakah penting fasilitas lain / bonus yang diberikan oleh setiap perusahaan buku tahunan sekolah tersebut?

Iyalah mas penting dong, jadi enak juga itu kenang-kenangannya nambah mas.
hehehe

6. Apakah kamu tahu Abankirenk creative?

Jelas tau banget mas, kan EO buku tahunan paling kece. ☺

7. Tahu dari manakah abakirenk creative?

haduh tahu drmn mas abankirenk? jogja po? Hahaha :D tau dari alumni mas, kan dulu pernah ngerjain buku tahunan disini juga.

8. Keunggulan apa saja menurutmu yang dimiliki oleh abankirenk creative?

hasil2nya bagus, totalitas kalo kerja itu mas, profesional, apa lagi ya. Oh yang jelas AI itu creative mas. Buktinya bisa ngerjain buku segitu banyaknya dengan konsep yang berbeda-beda

9. Apa yang kamu suka dari abankirenk creative?

ai tu slalu usaha maksimal kinerjanya buat menuhin requestnya konsumen, jadi kita gak khawatir kalo mau request macem2 buat buku tahunan itu jadi bagus. Kadang2 malah dibantu juga buat nambahi property foto, ngarahin gaya, dll deh.

10. Apa yang menjadikan abankirenk creative beda dengan perusahaan yang lain?

emm kurangtau tu, soalnya yg sering di pake sm sekolah2 abankirenk sih. Yang pasti unik mas. Bener-bener kreatif banget deh ngerjain sekian banyak buku tahunan dengan konsep yang beda-beda.

11. Bagaimana dengan pelayanan abankirenk creative selama ini, baik dalam proses produksi (foto, desain), pelayanan lain (keramahan karyawan)?

setau aku sih pelayanannya memuaskan wkwkwkwkw tapi wktu itu ngga sesuai sama wktu yg udh ditentukan di rencana awal tapi gpp soalnya langsung ditindak lanjuti secara professional. Jadi aman...

12. Fasilitas apa saja yang abankirenk creative berikan kepada sekolah kamu?

13. Apakah sesuai dengan harapan kamu untuk memilih abankirenk creative untuk menjadi partner dalam pengerjaan buku tahunan sekolah?

yap sesuai banget, dari duit yang dikeluarkan buat bayar buku tahunan dan pelayanannya memang memuaskan. Mas2nya juga baik-baik. 😊

14. Apa tanggapan kamu setelah melihat produk-produk atau karya-karya abankirenk creative?

Satu kata KREATIF !

15. Harapan apa yang kamu inginkan dari abankirenk creative?

makin kemebyar, cetar membahana. Hahahaha

16. Kalau diminta menceritakan tentang abankirenk creative ke teman-teman, apa yang ingin kamu ceritakan?

ya tentang pengalaman abankirenk selama ini lah mas, asyik2 kok nyenengin gak nyesel deh kalo pilih AI.

Pertanyaan ditujukan kepada *client*/konsumen abankirenk creative

Nama : Chyntia Regita

Sekolah : Batikk Solo

Kelas : XII

1. Seberapa pentingkah buku tahunan sekolah ?

penting banget, kalo ngga ada buku tahunan bener2 kurang. ngga ada kenangannya gitu haha

2. Buku tahunan sekolah yang bagus sesuai dengan criteriamu seperti apa?

yg menarik, kreatif, ngga ngebosenin, ngga cepet rusak juga, yg tebal

3. Tahukah perusahaan/EO buku tahunan sekolah yang kamu kenal?

tau, abankirenk creative :3

4. Apa yang menjadi pertimbangan kamu untuk memilih sebuah perusahaan buku tahunan sekolah yang menjadi partner untuk pengerjaan sebuah buku tahunan?

yg udah pengalaman, trusted EO, banyak dipake di sekolah2 lain atau dipake tahun sebelumnya buat pertimbangan hasilnya

5. Apakah penting fasilitas lain / bonus yang diberikan oleh setiap perusahaan buku tahunan sekolah tersebut?

penting banget. biar besok besok make lagi

6. Apakah kamu tahu Abankirenk creative?

tau doooooong :3

7. Tahu dari manakah abakirenk creative?

Ditawarin sama marketingnya, mbak viraaaa

8. Keunggulan apa saja menurutmu yang dimiliki oleh abankirenk creative?

lebih profesional, dpat dipercaya karena dipakai banyak sekolah

9. Apa yang kamu suka dari abankirenk creative?

beda dari yang lain. pelayanannya juga memuaskan

10. Apa yang menjadikan abankirenk creative beda dengan perusahaan yang lain?

keunikannya yang bikin beda. jadi tiap sekolah gak ada yang sama

11. Bagaimana dengan pelayanan abankirenk creative selama ini, baik dalam proses produksi (foto, desain), pelayanan lain (keramahan karyawan)?

ramah, memuaskan, friendly

12. Fasilitas apa saja yang abankirenk creative berikan kepada sekolah kamu?

banyaaaaak aku bingung

13. Apakah sesuai dengan harapan kamu untuk memilih abankirenk creative untuk menjadi partner dalam pengerjaan buku tahunan sekolah?

sangat sesuai :))))))

14. Apa tanggapan kamu setelah melihat produk-produk atau karya-karya abankirenk creative?

bagus-bagus karyanya, menarik juga untuk memakai produknya

15. Harapan apa yang kamu inginkan dari abankirenk creative?

harapannya semakin kreatif, lebih maju kedepannya

16. Kalau diminta menceritakan tentang abankirenk creative ke teman-teman, apa yang ingin kamu ceritakan?

Yang jelas abankirenk itu kereeeeeeeeeen bangeeet, karyanya bagus2. Beda loh sama perusahaan lain. Hehehe

Pertanyaan ditujukan kepada *client*/konsumen abankirenk creative

Nama :Evaulia Nindya Kirana

Kelas :

Sekolah : SMA N 1 Kediri

1. Seberapa pentingkah buku tahunan sekolah ?

Penting karena buku tahunan merupakan kenangan yang akan kita kenang selama 3 tahun kita bersekolah

2. Buku tahunan sekolah yang bagus sesuai dengan criteriamu seperti apa?

Foto yang menarik , layout yang menarik , design yang gak mainstream dan selalu beda

3. Tahukah perusahaan/EO buku tahunan sekolah yang kamu kenal?

MataHati (kediri)

4. Apa yang menjadi pertimbangan kamu untuk memilih sebuah perusahaan buku tahunan sekolah yang menjadi partner untuk pengerjaan sebuah buku tahunan?

Tepat waktu dan maksimal dalam segala pengerjaannya

5. Apakah penting fasilitas lain / bonus yang diberikan oleh setiap perusahaan buku tahunan sekolah tersebut?

Penting dong

6. Apakah kamu tahu Abankirenk creative?

Tahuuuu

7. Tahu dari manakah abakirenk creative?

Marketing datang ke sekolah dan pertama kali men-sponsori acara pensi sekolah

8. Keunggulan apa saja menurutmu yang dimiliki oleh abankirenk creative?

Design nya keren , menarik, beda dengan percetakan yang ada di kediri

9. Apa yang kamu suka dari abankirenk creative?

Apa yaaa semuanya aku suka ,

10. Apa yang menjadikan abankirenk creative beda dengan perusahaan yang lain?

Dari segi konsep AI top ,

11. Bagaimana dengan pelayanan abankirenk creative selama ini, baik dalam proses produksi (foto, desain), pelayanan lain (keramahan karyawan)?

Ramah, buktinya bisa akrab dengan marketing, fotografer, dan crew nyaa

12. Fasilitas apa saja yang abankirenk creative berikan kepada sekolah kamu?

Sponsor pensi

13. Apakah sesuai dengan harapan kamu untuk memilih abankirenk creative untuk menjadi partner dalam pengerjaan buku tahunan sekolah?

Sesuai

14. Apa tanggapan kamu setelah melihat produk-produk atau karya-karya abankirenk creative?

Puas sekali ,

15. Harapan apa yang kamu inginkan dari abankirenk creative?

Selalu kreatif dalam memberikan konsep konsep baru dalam pengerjaan buku tahunan sekolah

16. Kalau diminta menceritakan tentang abankirenk creative ke teman-teman, apa yang ingin kamu ceritakan?

AI itu merupakan sebuah perusahaan buku tahunan yang memberikan pelayanan yang memuaskan , buku tahunan yang dihasilkan selalu indah dan berkualitas . TOP

- **Pertanyaan ditujukan kepada *client*/konsumen abankirenk creative**

Nama : Amalina

Sekolah : SMA N 1 Kasihan

Kelas :

1. Seberapa pentingkah buku tahunan sekolah ?

Sangat penting

2. Buku tahunan sekolah yang bagus sesuai dengan criteriamu seperti apa?

Besar, Jelas, Padat isinya dan tidak mainstream.

3. Tahukah perusahaan/EO buku tahunan sekolah yang kamu kenal?

Sahara, Colorful, Orazio

4. Apa yang menjadi pertimbangan kamu untuk memilih sebuah perusahaan buku tahunan sekolah yang menjadi partner untuk pengerjaan sebuah buku tahunan?

Profesionalisme, pengalaman, hasil, proses dan kualitas.

5. Apakah penting fasilitas lain / bonus yang diberikan oleh setiap perusahaan buku tahunan sekolah tersebut?

Jelas penting.

6. Apakah kamu tahu Abankirenk creative?

Ya

7. Tahu dari manakah abakirenk creative?

Kakak, sejak tahun 2008

8. Keunggulan apa saja menurutmu yang dimiliki oleh abankirenk creative?

Nama, pengalaman, kualitas dan profesionalitas.

9. Apa yang kamu sukai dari abankirenk creative?

Profesionalisme, tanggap, tidak bertele-tele.

10. Apa yang menjadikan abankirenk creative beda dengan perusahaan yang lain?

Sudah banyak pengalaman jadi bisa dipercaya.

11. Bagaimana dengan pelayanan abankirenk creative selama ini, baik dalam proses produksi (foto, desain), pelayanan lain (keramahan karyawan)?

Cukup baik.

12. Fasilitas apa saja yang abankirenk creative berikan kepada sekolah kamu?

liputan acara ke majalah AI, pamphlet tryout, AC.

13. Apakah sesuai dengan harapan kamu untuk memilih abankirenk creative untuk menjadi partner dalam pengerjaan buku tahunan sekolah?

Ya

14. Apa tanggapan kamu setelah melihat produk-produk atau karya-karya abankirenk creative?

Cukup baik, perlu ditingkatkan

15. Harapan apa yang kamu inginkan dari abankirenk creative?

Semakin berkembang dengan inovasi yang baru dan lebih fresh.

16. Kalau diminta menceritakan tentang abankirenk creative ke teman-teman, apa yang ingin kamu ceritakan?

Berhati-hati dalam membuat kontrak, baca dan pahami dengan seksama, perhatikan feed backnya, lihat hasil dan kualitasnya, serta profesionalismenya.