

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

ANALISIS PERBANDINGAN PENJUALAN ONLINE DAN OFFLINE PRODUK WD PARFUM SEBAGAI CARA MENARIK KONSUMEN

Hal : Pengisian kuisisioner

Lampiran : 4 lembar

Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/I Responden Penelitian

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan diatas saya :

Nama : Anton Renaldi

Npm : 2012110193

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuisisioner yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pernyataan ini akan saya gunakan untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata satu (S1), Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung.

Daftar pertanyaan ini berisi tentang (apakah anda salah satu pelanggan wd parfum), (mengapa anda membeli parfum di wd parfum), (pada saat membeli parfum anda apakah membeli secara langsung/offline atau secara online, berikan alasannya) dan (berikan saran untuk meningkatkan penjualan online dan offline ditoko wd parfum). Atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Anton Renaldi

Lampiran Jawaban Responden

1	A	B	C	D	E	F	G	H	
1	Timestamp	Nama							
2	11/8/2023 9:44:17	EDI SETAWAN	Apakah anda salah se jika iya mengapa and Pada saat membeli p? Berikan saran untuk meningkatkan penjualan online dan offline di toko wd parfum						
3	11/8/2023 10:15:22	Mukhlis Maulana	Sangat memuaskan p Offline karena kita bisa memilih dan menyesuaikan aroma yg bagus langsung dari prod. saran menambahkan variasi to						
4	11/8/2023 10:45:00	Novita Rahma Wati	Iya, saya merupakan	Karena Wd Parfum m Saya lebih suka membeli secara offline/lang saran saya ya banyak promosi hehe					
5	11/9/2023 7:22:43	Dini Pratiwi	Iya	Karena sering ada pr. Offline, karena dekat dengan rumah dan bisa mencium aroma secara langsung pada tester yang disediakan					
6	11/9/2023 18:35:33	David sandya	Ya	Lokasi terdekat dan p. Karena lokasi dekat jadi membeli secara langsung					
7	11/9/2023 18:37:39	yusri i zha mahendra	Iya	selain staf nya sangat offline, karena saya cenderung berganti ganti aroma parfum, sebab menambahkan produk terbaru					
8	11/9/2023 18:55:11	Ahmad Ardhian Kurnia	Iya	wangi	offline karena teman	saran nya lebih banyak promosi			
9	11/9/2023 18:55:40	Sinta Yustifa Sari	Iya	karena sudah terbiasa secara langsung	karena lebih nyaman	saraan dari saya	pelanggan wd parfum	mengasah promosi	
10	11/9/2023 19:19:58	Felmeza Keisha	Iya	Parfum nya varian ras Offline, supaya mudah memiliki varian rasa parfum nya				saran dari saya memvariasi kemasan	
11	11/9/2023 19:55:11	Ridho agung	Ya	Karna parfum yang di. Membeli parfum secara langsung, dikarenakan dapat merasakan aroma nya secara lang saran mengasah promosi					
12	2/22/2024 12:31:03	Budi waseso	Ya	Ada banyak varian pa Offline, agar memudahkan dalam memilih parfum yg akan di beli				saran untuk kedepan bnyakin variannyaa lagi	
13	2/22/2024 12:40:59	Fida Nirmala Sari	Ya	Dekat dengan rumah offline, karna dekat di menambah variasi jenis parfum				saran menambahkan kaartu member yg unik	
14	2/22/2024 12:56:37	firmam atandi	Ya	Karna harga yg wort li Saya selalu membeli	Saramnya cunam satu kasi botol parfum nya yg baguss dengan tutup yg kencana jadi tid sarannya				
15	2/22/2024 13:05:00	Sinta yustifa sari	Iya	Karena sangat bervai offline dan online	km murah	Offline		saran atau rencana dari saya salah satu pengguna dari produk wd parfum yaitu lebih banyak lagi	
16	2/22/2024 13:05:00	Sinta yustifa sari	Iya	Karena saya suka wal. Langsung	Membuat iklan untuk di market online agar pemasaran bisa berlangsung baik				
17	2/22/2024 13:04:03	Ahmad Ardhian Kurnia	Iya	Mudah dan terjangkau offline				perbanyak lagi varian wangi nya	
18	2/22/2024 13:37:50	nanda hajjariah	Iya	Mudah terjangkau ten Offline				Sudah bagus dalam pelayanan nya semoga kedepan lebih maju lagi	
19	2/22/2024 14:05:15	Ridho	Iya	agar mendapatkan di: secara langsung kare. perbanyak diskon untuk membership					
20	2/22/2024 16:44:47	Rafli Kurniawan	Iya	Saran rencana dari konsumen yaitu pemasaran offline kayak bikin tokonya jadi lebih estetik, perbanyak sampel parfum,					
21	2/22/2024 16:44:47	Rafli Kurniawan	Iya	saya menyukai modull offline, karena bisa cc denoan banvark memounarkan blattrom jual beli online seperti e-commerce shooee, bukikalaonak di					

Lampiran Skrip Wawancara

Narasumber: Pemilik WD Parfum

1. Pada toko WD Parfum manakah yang lebih banyak antara penjualan online dan offline?

Jawaban: pada WD Parfum penjualan terbanyak ada pada penjualan offline dikarenakan toko WD Parfum sudah berdiri dari tahun 2017 dan memasarkan secara langsung atau offline sedangkan untuk penjualan online toko WD Parfum baru memulainya dan menginjak tahun kedua sehingga lebih banyak yang sudah mengetahui lokasi offline toko WD Parfum daripada sosial media ataupun e-commerce WD Parfum

2. Bagaimana strategi penjualan online dan offline pada WD Parfum yang anda terapkan?

Jawaban: Strategi penjualan offline dengan memberikan kartu member yang berlaku untuk pembelian offline 10 kali pengisian maka akan dapat gratis 1 kali isi ulang, mengadakan promo beli 1 gratis 1 setiap 6 bulan sekali, melangkapi varian parfum sudah terdapat 500 varian parfum di toko WD Parfum, menyediakan sampel agar pembeli dapat dengan mudah menentukan aroma mana yang cocok untuk dirinya. Strategi penjualan online dengan mengadakan give away di facebook setiap satu bulan satu kali agar meningkatkan jangkauan publik terhadap akun facebook WD Parfum dikarenakan penggerak utama dari promosi WD parfum secara online berada di Facebook, live rutin di semua media sosial WD Parfum pada 2 sesi, sesi pertama pada pukul 13.00-14.00 WIB sesi kedua pada pukul 20.00-21.000 WIB, lelang barang setiap hari pada saat live hanya satu orang perhari, *brand ambassador* yang bertugas untuk mengenalkan lebih luas produk WD Parfum.

3. Bagaimana rencana mba sebagai pemilik toko WD Parfum untuk meningkatkan penjualan?

Jawaban: Ingin merenovasi toko menjadi agar lebih menarik pelanggan dan membuat pelanggan menjadi lebih nyaman di toko.

Narasumber: Karyawan (Azhar)

1. Pada toko WD Parfum manakah yang lebih banyak antara penjualan online dan offline?

Jawaban: Di WD Parfum lebih banyak penjualan offline dikarenakan toko WD Parfum berada pada lokasi strategis atau pada jalan utama yang sering dilalui pelanggan jadi setiap kalau pelanggan ingin membeli atau isi ulang parfum bisa sekalian waktu berangkat atau pulang kerja, sekolah dan lain-lain.

2. Bagaimana strategi penjualan online dan offline pada WD Parfum yang anda terapkan?

Jawaban: Strategi penjualan offline biasanya kita mengadakan promo setiap 6 bulan sekali, memberikan pelayanan yang terbaik seperti cepat dalam melayani pembeli dan menyediakan parkir yang luas. Strategi penjualan online dengan mengadakan give away satu bulan sekali khususnya pada sosial media facebook WD Parfum agar masyarakat lebih mengenal akun sosial media WD Parfum. Rutin membuan konten yang di upload setiap hari pada sosial media WD Parfum.

3. Rencana atau usulan apa yang ingin anda berikan sebagai karyawan untuk meningkatkan penjualan di toko WD Parfum?

Jawaban: Menambah sampel parfum agar pelanggan lebih puas dalam memilih varian parfum

Narasumber: Karyawan (Tania)

1. Pada toko WD Parfum manakah yang lebih banyak antara penjualan online dan offline?

Jawaban: Lebih banyak penjualan offline karena pelanggan sudah mengetahui lokasi dari toko WD Parfum jadi jika ingin membeli parfum mereka langsung datang ke toko.

2. Bagaimana strategi penjualan online dan offline pada WD Parfum yang anda terapkan?

Jawaban: Strategi penjualan offline biasanya kita menyediakan tester jadi pelanggan tidak bingung jika ingin memilih varian parfum

mana yang akan di beli, pelanggan bebas mencoba tester parfum yang tersedia di toko. Strategi penjualan online rutin melakukan live pada shopee dan tiktok WD Parfum setiap hari mengenalkan nama toko WD Parfum serta produk parfumnya sendiri.

3. Rencana atau usulan apa yang ingin anda berikan sebagai karyawan untuk meningkatkan penjualan di toko WD Parfum?

Jawaban: Mengubah desain toko agar lebih instagramabel agar lebih menarik konsumen, dan apabila banyak konsumen yang berfoto di toko lalu di upload pada sosial media maka secara tidak langsung akan mempromosikan toko WD Parfum.

Narasumber: Karyawan (Afi)

1. Pada toko WD Parfum manakah yang lebih banyak antara penjualan online dan offline?

Jawaban: Di WD Parfum lebih banyak penjualan offline, kalau beli offline pelanggan bisa langsung datang ke toko tanpa menunggu lama sedangkan kalau beli online sampai ke pelanggan paling cepat satu hari kemudian jadi banyak pelanggan yang lebih memilih secara offline.

2. Bagaimana strategi penjualan online dan offline pada WD Parfum yang anda terapkan?

Jawaban: Strategi penjualan offline seperti mendatangkan BA seperti dila nocil ke toko maka pelanggan akan datang ke toko untuk bertemu dengan BA tersebut sembari membeli parfum. Strategi penjualan online dengan melakukan live shopee dan instagram bareng BA agar followers dari BA tersebut mengetahui adanya toko WD Parfum.

3. Rencana atau usulan apa yang ingin anda berikan sebagai karyawan untuk meningkatkan penjualan di toko WD Parfum?

Jawaban: menambah karyawan sebagai admin sosial media sendiri dan admin e-commerce sendiri agar lebih fokus menjalankan tugasnya masing-masing.

Narasumber: Karyawan (Agil)

1. Pada toko WD Parfum manakah yang lebih banyak antara penjualan online dan offline?

Jawaban: Penjualan offline lebih banyak dibanding penjualan online, karna belum semua orang punya *smart phone* kadang ada juga yang sudah punya tapi belum bisa kalau belanja online.

2. Bagaimana strategi penjualan online dan offline pada WD Parfum yang anda terapkan?

Jawaban: Strategi penjualan offline dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen sehingga konsumen memiliki kesan yang baik pada toko WD Parfum jadi akan kembali lagi ke WD Parfum kalau parfumnya habis untuk strategi penjualan online perbanyak iklan atau konten yang unik sehingga pengguna media sosial tertarik untuk melihat konten tersebut.

3. Rencana atau usulan apa yang ingin anda berikan sebagai karyawan untuk meningkatkan penjualan di toko WD Parfum?

Jawaban: menggunakan platform jual beli onlen lain, selain shopee seperti bukalapak dan tiktok shop.

Narasumber: Karyawan (Ara)

1. Pada toko WD Parfum manakah yang lebih banyak antara penjualan online dan offline?

Jawaban: Penjualan offline lebih banyak terjadi, karena masih banyak orang yang beranggapan bahwa membeli sesuatu secara langsung akan memberikan kepuasan tersendiri karna sebelum membeli sudah melihat dan mencoba didepan mata.

2. Bagaimana strategi penjualan online dan offline pada WD Parfum yang anda terapkan?

Jawaban: Strategi penjualan offline memberikan rekomendasi parfum yang cocok untuk konsumen saat konsumen bingung menentukan pilihan parfum dan menulis varian parfum baru pada papan pengumuman anggar pelanggan tau bahwa ada parfum varian baru sehingga pelanggan tidak bosan dengan aroma parfum yang itu-itu

saja. Strategi penjualan online seperti rajin menaikkan produk di etalase shopee dan cerita pada instagram setiap hari.

3. Rencana atau usulan apa yang ingin anda berikan sebagai karyawan untuk meningkatkan penjualan di toko WD Parfum?

Jawaban: Coba live tiktok karna banyak pengguna tiktok shop di kalangan remaja ataupun ibu-ibu.

Lampiran Kegiatan Wawancara Dengan Pemilik WD Parfum



Lampiran Kegiatan Wawancara Dengan Karyawan WD Parfum



Lampiran Kegiatan Wawancara Kepada konsumen WD Parfum



Lampiran Penjualan Toko WD Parfum

Tahun	Bulan	Penjualan Offline	Penjualan Online	Total	Selisi
2022	Desember	48.077.000	4.200.000	52.277.000	43,877,000
2023	Januari	24.311.000	2.800.000	27.111.000	21,511,000
2023	Februari	23.142.000	2.300.000	25.442.000	20,842,000
2023	Maret	29.796.000	7.600.000	37.396.000	22,196,000
2023	April	66.697.000	1.100.000	67.797.000	65,597,000
2023	Mei	37.663.000	938.000	38.601.000	36,725,000
2023	Juni	30.269.000	894.000	31.163.000	29,375,000
2023	Juli	36.077.952	2.200.000	38.277.952	33,877,952
2023	Agustus	66.593.865	940.000	67.533.865	65,653,865
2023	Sepetember	36.039.000	4.600.000	40.639.000	31,439,000
2023	Oktober	45.494.848	8.300.000	53.794.848	37,194,848
2023	November	45.707.924	3.900.000	49.607.924	41,807,924
2023	Desember	46.401.788	3.800.000	50.201.788	42,601,788
2024	Januari	48.110.000	5.505.000	53.615.000	42,605,000
2024	Februari	51.202.500	6.200.000	57.402.500	45,002,500
Rata-Rata		42,372,192	3.685.133	46.057.325	38.687.058

Lampiran Hasil Perhitungan Mean, Median, Modus, dan Std. Deviasi.

Statistics

Penjualan

N	Valid	15
	Missing	0
Mean		46057325.13
Median		49607924.00
Mode		25442000 ^a
Std. Deviation		13294229.761
Variance		176736544940619.800

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Lampiran Perhitungan Deskriptif Dari Hasil Penjualan Online dan Penjualan Offline

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
Penjualan_Online	15	7406000	894000	8300000	3685133.33	624441.044	2418449.765	5848899266666.666
Penjualan_Offline	15	43555000	23142000	66697000	42372191.80	3423657.988	13259770.370	175821510278038.940
Valid N (listwise)	15							

Lampiran Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Penjualan_Online	Penjualan_Offline
N		15	15
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3685133.33	42372191.80
	Std. Deviation	2418449.765	13259770.370
	Absolute	.124	.133
Most Extreme Differences	Positive	.124	.133
	Negative	-.124	-.126
Kolmogorov-Smirnov Z		.481	.514
Asymp. Sig. (2-tailed)		.975	.955

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran Hasil Analisis Data
Uji Independen Sampel t-Test

Group Statistics

	Penjualan	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Data_Penjualan	Offline	15	42372191.80	13259770.370	3423657.988
	Online	15	3685133.33	2418449.765	624441.044

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Data_Penjualan	Equal variances assumed	19.305	.000	11.117	28	.000	38687058.467	3480138.020	31558318.893	45815798.041
	Equal variances not assumed			11.117	14.930	.000	38687058.467	3480138.020	31266307.968	46107808.966