

ABSTRACT

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

Oleh :

Anton Renaldi

antonrenaldi002@gmail.com

Parfum merupakan salah satu produk kosmetik yang banyak digunakan dari segala usia terutama kaum millennial dan memiliki jangkauan pasar yang sangat luas. Parfum atau *perfume* adalah suatu campuran minyak essensial (minyak wangi) dan fiksastif (pengencer) yang dapat digunakan untuk memberikan aroma atau bau harum. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara pemasaran *online* dan pemasaran *offline* terhadap hasil penjualan WD Parfum, untuk mengidentifikasi jenis pemasaran yang lebih efektif dan memberikan masukan bagi pengembangan pemasaran WD Parfum. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode asosiatif dan deskriptif. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas/ independen yaitu Penjualan *Online* (X1) dan Penjualan *offline* (X2). Dalam penelitian ini juga disebar kuesioner terbuka kepada 30 orang konsumen serta wawancara kepada pemilik toko, admin toko dan 5 orang karyawan toko lainnya. Terdapat perbedaan pemasaran *online* dan *offline* terhadap hasil penjualan WD Parfum dimana penjualan secara offline lebih besar dengan presentase 77% sedangkan penjualan secara online 23%, sehingga penjualan secara offline lebih efektif sehingga WD Parfum harus menjaga kualitas pemasaran *offline* dengan cara katalog, dan event marketing.

Kata kunci = Penjualan online, Penjualan offline, Perbandingan

ABSTRACT**COMPARATIVE ANALYSIS OF ONLINE AND OFFLINE SALES OF WD
PARFUM PRODUCTS AS A WAY TO ATTRACT CONSUMERS****By :****ANTON RENALDI**antonrenaldi002@gmail.com

Perfume is a cosmetic product that is widely used by all ages, especially millennials, and has a very wide market reach. Perfume is a mixture of essential oils and fixatives which could be used to provide a fragrant aroma or odor. This research aims to find out whether there is a difference between online marketing and offline marketing on WD Parfum sales results, to identify more effective types of marketing and provide input for the development of WD Parfum marketing. This research used a quantitative approach, with associative and descriptive methods. In this research, there were two variables, namely the independent variables, namely Online Sales (X1) and offline Sales (X2). In this research, an open questionnaire was distributed to 30 consumers consisting of the owner, shop admin, and 5 other employees. There were differences between online and offline marketing in WD Parfum's sales results, where offline sales were greater (77%) while online sales were only 23%, so offline sales are more effective. WD Parfum must maintain the quality of offline marketing such as using catalogs and event marketing.

Keywords: Online sales, Offline sales, Comparison.