

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki ☐ Perempuan ☒ (✓)

Umur : Tahun

Pendidikan Terakhir :

Status Perkawinan : Menikah ☐ Belum Menikah ☒ (✓)

Pekerjaan :

**Coret yang tidak perlu*

PETUNJUK PENGISIAN

Untuk semua pernyataan berikut ini, berilah tanda Ceklis (✓) dari salah satu alternatif jawaban yang paling sesuai menurut bapak/ibu.

Setiap item Pernyataan memiliki 5 (lima) alternatif jawaban, yakni:

SS = SANGAT SETUJU

S = SETUJU

KS = KURANG SETUJU

TS = TIDAK SETUJU

STS = SANGAT TIDAK SETUJU

DAFTAR PERTANYAAN

Promosi

No.	Indikator	Instrumen/Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Jangkauan	Menurut saya promosi yang					

	Promosi	dilakukan UD.Tanda Setia menjangkau seluruh kalangan masyarakat					
2		Promosi yang dilakukan dapat mempengaruhi volume penjualan					
3	Kualitas Promosi	Menurut saya promosi yang dilakukan UD.Tanda Setia dapat mempengaruhi minat untuk membeli produk mereka					
4		Promosi yang dilakukan sesuai dengan prinsip dasar promosi yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak umum					
5	Kuantitas Promosi	Menurut saya promosi yang dilakukan UD.Tanda Setia sangat beragam sehingga membuat daya tarik tersendiri					
6		Promosi yang dilakukan sudah menampilkan seluruh produk yang di jual					
7	Waktu Promosi	Menurut saya promosi yang dilakukan UD.Tanda Setia dilakukan pada saat yang tepat					
8		Promosi yang dilakukan tepat karn dilakukan pada saat kebutuhan akan produk lagi tinggi					
9	Ketepatan sasaran Promosi	Menurut saya promosi yang dilakukan UD.Tanda Setia sudah mengenai sasaran yang tepat					
10		Promosi yang dilakukan oleh UD tanda setia dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat					

IKLAN

No	Indikator	Instrumen/Pernyataan	SS	S	K	TS	ST	S
1	Tujuan	Menurut saya Iklan yang dilakukan UD.Tanda Setia memiliki tujuan yang jelas						
2		Saya membeli produk UD.Tanda Setia karena melihat iklan di Facebook						
3	Pesan	Menurut saya Iklan yang dilakukan UD.Tanda Setia berisi pesan yang dapat dimengerti oleh semua orang						
4		Pesan yang disampaikan pada iklan yang dilakukan oleh UD.Tanda Setia menggugah selera saya sehingga saya memutuskan untuk membeli produk mereka						
5	Media yang digunakan	Menurut saya Iklan yang dilakukan UD.Tanda Setia sudah menggunakan media yang tepat						
6		Saya mendapatkan informasi tentang produk UD.Tanda Setia di iklan yang diposting di akun Facebook mereka						

VOLUME PENJUALAN

No	Indikator	Instrumen/Pernyataan	SS	S	K	TS	ST	S
1	Mencapai volume penjualan	Penjualan mengalami peningkatan setiap bulannya						
2		Perusahaan memiliki target untuk mencapai volume penjualan yang maksimal						
3	Mendapatkan laba	Perusahaan menentukan dan meningkatkan volume penjualan untuk memperoleh keuntungan maksimal						
4		Perusahaan dengan melakukan promosi dan iklan yang dapat dimengerti oleh pelanggan mendapat keuntungan yang maksimal						

5	Menunjang Pertumbuhan perusahaan	Dengan adanya promosi, Harga yang terjangkau membuat pertumbuhan perusahaan semakin baik					
6		Setiap keputusan yang dilakukan oleh manajer perusahaan membuat perusahaan semakin berkembang					

JAWABAN RESPONDEN (TABULASI DATA)

X1.1 adalah variabel X1 (PROMOSI) Dengan setiap indikatornya.											
Jumlah Responden	PROMOSI (X1)										Total X1
	JAWABAN RESPONDEN										
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1		4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
2	5	5	4	5	5	3	3	5	5	4	44
3	5	4	4	5	3	5	5	4	4	4	43
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
6	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	43
7	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
8	3	4	5	3	5	5	3	5	3	5	41
9	5	3	5	4	5	5	4	4	5	4	44
10	4	5	3	5	5	4	4	5	3	5	43
11	3	3	5	4	3	3	5	4	5	4	39
12	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	46
13	4	5	5	4	3	4	5	3	4	5	42
14	5	4	3	5	4	3	4	4	3	4	39
15	3	4	4	5	5	4	3	5	3	5	41
16	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
17	5	4	5	3	5	4	4	5	4	5	44
18	4	5	3	4	4	5	5	4	3	5	42
19	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	45
20	4	3	3	5	4	5	3	5	4	3	39
21	3	4	5	4	5	3	5	4	5	5	43
22	4	3	3	5	3	5	4	3	4	3	37
23	5	3	4	4	3	4	5	4	4	5	41
24	3	4	5	4	5	3	4	5	5	4	42
25	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	33
26	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	43
27	4	3	3	5	4	5	4	5	4	3	40
28	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	43
29	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	36
30	5	3	5	5	4	3	5	4	5	4	43
31	3	4	3	4	3	5	4	5	4	5	40
32	4	5	4	3	5	3	4	3	5	3	39
33	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	42
34	4	5	3	4	5	5	4	3	5	5	43
35	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	47
36	4	5	3	2	5	5	3	4	5	1	37
37	3	4	2	5	5	4	5	4	4	3	39
38	5	4	5	5	5	5	4	5	3	3	44
39	5	4	2	2	3	1	5	4	5	4	35

40	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	44
41	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	46
42	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	34
43	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	36
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
46	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	35
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
49	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	36
50	4	3	3	3	3	3	4	3	5	3	34
51	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	38
52	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	39
53	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	42
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
56	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
58	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
59	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
60	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
62	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
63	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
68	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	39
69	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
70	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
74	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	40
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	5	4	5	3	4	3	5	3	4	3	39
77	4	3	4	5	4	5	4	5	5	3	42
78	3	4	4	3	5	4	5	4	3	3	38

X2.1 adalah variabel X2 (IKLAN) dengan setiap indikatornya

Jumlah Responden	IKLAN (X2)						TOTAL X2
	JAWABAN RESPONDEN						
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	4	4	4	3	3	4	22
2	4	4	4	4	3	4	23
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	4	23
5	3	3	3	4	4	4	21
6	4	4	4	4	4	4	24
7	5	5	3	3	3	3	22
8	3	3	3	3	4	5	21
9	4	4	4	4	4	4	24
10	3	3	3	5	5	5	24
11	3	3	3	3	4	4	20
12	5	5	4	4	4	4	26
13	3	3	4	4	4	4	22
14	3	3	3	3	3	4	19
15	4	4	4	3	3	3	21
16	5	5	5	4	4	4	27
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	3	3	22
19	5	4	4	4	4	4	25
20	3	3	3	3	4	4	20
21	4	4	3	4	4	4	23
22	3	3	3	3	3	3	18
23	3	3	4	4	4	4	22
24	4	4	4	3	3	3	21
25	2	3	3	3	3	3	17
26	4	4	4	3	4	4	23
27	3	3	3	3	4	4	20
28	4	4	4	4	4	4	24
29	2	3	3	3	3	3	17
30	4	4	4	4	4	3	23
31	3	3	3	3	4	5	21
32	3	3	3	3	4	4	20
33	4	4	3	3	4	4	22
34	4	4	4	4	4	4	24
35	5	5	4	4	4	4	26
36	3	3	3	3	3	4	19
37	4	4	3	3	3	3	20
38	4	4	4	4	4	4	24
39	2	3	3	3	3	3	17
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	5	5	26

42	4	4	4	4	4	4	24
43	3	3	3	3	3	3	18
44	3	3	4	4	4	3	21
45	4	4	4	4	3	4	23
46	3	3	3	3	3	3	18
47	4	4	3	3	3	3	20
48	4	3	4	4	3	3	21
49	3	4	3	3	3	3	19
50	3	3	3	3	3	3	18
51	4	4	3	3	4	4	22
52	4	4	3	3	3	4	21
53	3	3	4	4	4	4	22
54	3	3	3	3	3	4	19
55	4	4	4	4	4	3	23
56	3	3	4	4	4	4	22
57	3	3	3	4	4	4	21
58	5	4	4	4	4	4	25
59	4	4	4	4	4	4	24
60	3	4	4	4	4	4	23
61	3	3	3	3	3	4	19
62	3	3	4	4	4	4	22
63	3	4	4	4	4	4	23
64	3	3	3	3	3	4	19
65	4	4	4	4	4	4	24
66	3	3	4	4	4	4	22
67	4	4	4	4	4	4	24
68	3	3	3	3	4	4	20
69	4	4	4	4	4	4	24
70	3	4	4	4	4	4	23
71	3	3	3	3	3	4	19
72	3	3	4	4	4	4	22
73	4	4	4	3	3	3	21
74	3	3	3	3	3	4	19
75	3	3	3	3	4	4	20
76	4	4	4	3	3	3	21
77	4	4	4	4	4	3	23
78	3	3	3	3	4	4	20

Y.1 Adalah variabel Y (Volume Penjualan) dengan setiap indikatornya

Jumlah Responden	VOLUME PENJUALAN (Y)						TOTAL X2
	JAWABAN RESPONDEN						
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	5	5	4	4	4	4	26
2	4	4	4	5	5	5	27
3	5	5	5	4	4	4	27
4	5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	4	4	4	4	26
6	4	5	5	5	4	4	27
7	4	4	4	4	5	5	26
8	5	5	4	4	4	4	26
9	5	4	4	4	5	5	27
10	5	4	5	5	4	4	27
11	4	4	4	4	4	5	25
12	4	4	5	5	5	5	28
13	4	4	4	4	5	5	26
14	4	4	5	4	4	4	25
15	5	5	4	4	4	4	26
16	4	5	5	5	5	5	29
17	4	4	4	5	5	5	27
18	5	5	4	4	4	4	26
19	5	5	5	5	4	4	28
20	5	4	4	4	4	4	25
21	5	5	4	4	5	4	27
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	5	5	26
24	5	5	4	4	4	4	26
25	4	4	4	4	3	3	22
26	5	5	4	4	4	5	27
27	4	4	4	4	4	5	25
28	5	5	4	4	4	5	27
29	3	4	4	4	4	4	23
30	4	4	4	5	5	5	27
31	4	4	4	4	4	5	25
32	5	4	4	4	4	4	25
33	4	4	4	4	5	5	26
34	5	5	5	4	4	4	27
35	4	4	5	5	5	5	28
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	4	5	25
38	4	4	4	5	5	5	27
39	4	3	4	4	4	4	23
40	5	5	4	4	4	5	27

41	4	4	5	5	5	5	28
42	5	5	5	4	4	4	27
43	3	4	4	4	4	4	23
44	4	5	4	4	4	4	25
45	4	4	4	4	5	5	26
46	4	4	4	4	4	3	23
47	4	4	4	4	4	5	25
48	5	4	4	4	4	4	25
49	4	4	4	4	4	3	23
50	3	3	4	4	4	4	22
51	4	4	4	4	4	5	25
52	5	4	4	4	4	4	25
53	4	4	4	5	4	5	26
54	5	4	4	4	4	4	25
55	4	4	4	5	4	5	26
56	5	5	4	4	4	4	26
57	4	4	4	4	4	5	25
58	5	5	5	4	4	4	27
59	4	4	4	5	5	5	27
60	5	4	5	4	5	4	27
61	4	4	4	4	4	5	25
62	5	4	4	4	4	4	25
63	4	4	4	4	5	5	26
64	4	4	4	4	4	5	25
65	5	5	5	4	4	4	27
66	5	4	4	4	4	4	25
67	4	4	4	5	5	5	27
68	4	4	5	4	4	4	25
69	4	4	4	5	5	5	27
70	4	5	4	5	4	4	26
71	4	4	5	4	4	4	25
72	4	4	5	4	5	4	26
73	4	5	5	4	4	4	26
74	4	4	4	4	4	5	25
75	4	4	4	4	4	4	24
76	5	4	4	4	4	4	25
77	5	5	4	4	4	4	26
78	4	4	4	4	4	5	25

Hasil Pengujian Data

1. Hasil Pengujian Validitas

a. Uji Validitas Variabel X1

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.220	.423**	.356**	.442**	.271*	.400**	.430**	.374**	.325**	.655**
	Sig. (2-tailed)		.053	<.001	.001	<.001	.016	<.001	<.001	<.001	.004	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.2	Pearson Correlation	.220	1	.388**	.457**	.322**	.509**	.476**	.312**	.426**	.138	.652**
	Sig. (2-tailed)	.053		<.001	<.001	.004	<.001	<.001	.005	<.001	.227	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.3	Pearson Correlation	.423**	.388**	1	.540**	.580**	.328**	.404**	.379**	.512**	.310**	.743**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	.003	<.001	<.001	<.001	.006	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.4	Pearson Correlation	.356**	.457**	.540**	1	.630**	.419**	.505**	.396**	.618**	.027	.752**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.813	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.5	Pearson Correlation	.442**	.322**	.580**	.630**	1	.364**	.391**	.383**	.550**	.184	.740**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.004	<.001	<.001		.001	<.001	<.001	<.001	.107	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.6	Pearson Correlation	.271*	.509**	.328**	.419**	.364**	1	.243*	.331**	.439**	.220	.628**
	Sig. (2-tailed)	.016	<.001	.003	<.001	.001		.032	.003	<.001	.053	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.7	Pearson Correlation	.400**	.476**	.404**	.505**	.391**	.243*	1	.237*	.445**	.089	.634**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.032		.037	<.001	.437	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.8	Pearson Correlation	.430**	.312**	.379**	.396**	.383**	.331**	.237*	1	.262*	.109	.599**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.005	<.001	<.001	<.001	.003	.037		.020	.341	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.9	Pearson Correlation	.374**	.426**	.512**	.618**	.550**	.439**	.445**	.262*	1	.258*	.738**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.020		.022	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.10	Pearson Correlation	.325**	.138	.310**	.027	.184	.220	.089	.109	.258*	1	.404**
	Sig. (2-tailed)	.004	.227	.006	.813	.107	.053	.437	.341	.022		<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1	Pearson Correlation	.655**	.652**	.743**	.752**	.740**	.628**	.634**	.599**	.738**	.404**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Uji Validitas Variabel X2

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.388**	.457**	.476**	.312**	.426**	.716**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	.005	<.001	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78
X2.2	Pearson Correlation	.388**	1	.540**	.404**	.379**	.512**	.746**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78
X2.3	Pearson Correlation	.457**	.540**	1	.505**	.396**	.618**	.807**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78
X2.4	Pearson Correlation	.476**	.404**	.505**	1	.237*	.445**	.699**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		.037	<.001	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78
X2.5	Pearson Correlation	.312**	.379**	.396**	.237*	1	.262*	.614**
	Sig. (2-tailed)	.005	<.001	<.001	.037		.020	<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78
X2.6	Pearson Correlation	.426**	.512**	.618**	.445**	.262*	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.020		<.001
	N	78	78	78	78	78	78	78
X2	Pearson Correlation	.716**	.746**	.807**	.699**	.614**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	78	78	78	78	78	78	78

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Uji Validitas Variabel Y

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6
Y.1	Pearson Correlation	1	.262*	.109	.379**	.396**	.383**
	Sig. (2-tailed)		.020	.341	<.001	<.001	<.001
	N	78	78	78	78	78	78
Y.2	Pearson Correlation	.262*	1	.258*	.512**	.618**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.020		.022	<.001	<.001	<.001
	N	78	78	78	78	78	78
Y.3	Pearson Correlation	.109	.258*	1	.310**	.027	.184
	Sig. (2-tailed)	.341	.022		.006	.813	.107
	N	78	78	78	78	78	78
Y.4	Pearson Correlation	.379**	.512**	.310**	1	.540**	.580**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.006		<.001	<.001
	N	78	78	78	78	78	78
Y.5	Pearson Correlation	.396**	.618**	.027	.540**	1	.630**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.813	<.001		<.001
	N	78	78	78	78	78	78
Y.6	Pearson Correlation	.383**	.550**	.184	.580**	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.107	<.001	<.001	
	N	78	78	78	78	78	78
Y	Pearson Correlation	.622**	.754**	.445**	.796**	.765**	.798**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	78	78	78	78	78	78

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Hasil Pengujian Reliabilitas

a. Hasil uji reliabilitas Variabel X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.851	10

b. Hasil uji reliabilitas Variabel X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.811	6

c. Hasil uji reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	6

3. Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.92367060
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.051
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.704
	99% Confidence Interval Lower Bound	.692
	Upper Bound	.715

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

4. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Promosi	.992	1.008
	Iklan	.992	1.008

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

5. Hasil Uji heterokedastisitas (Uji Glejser)

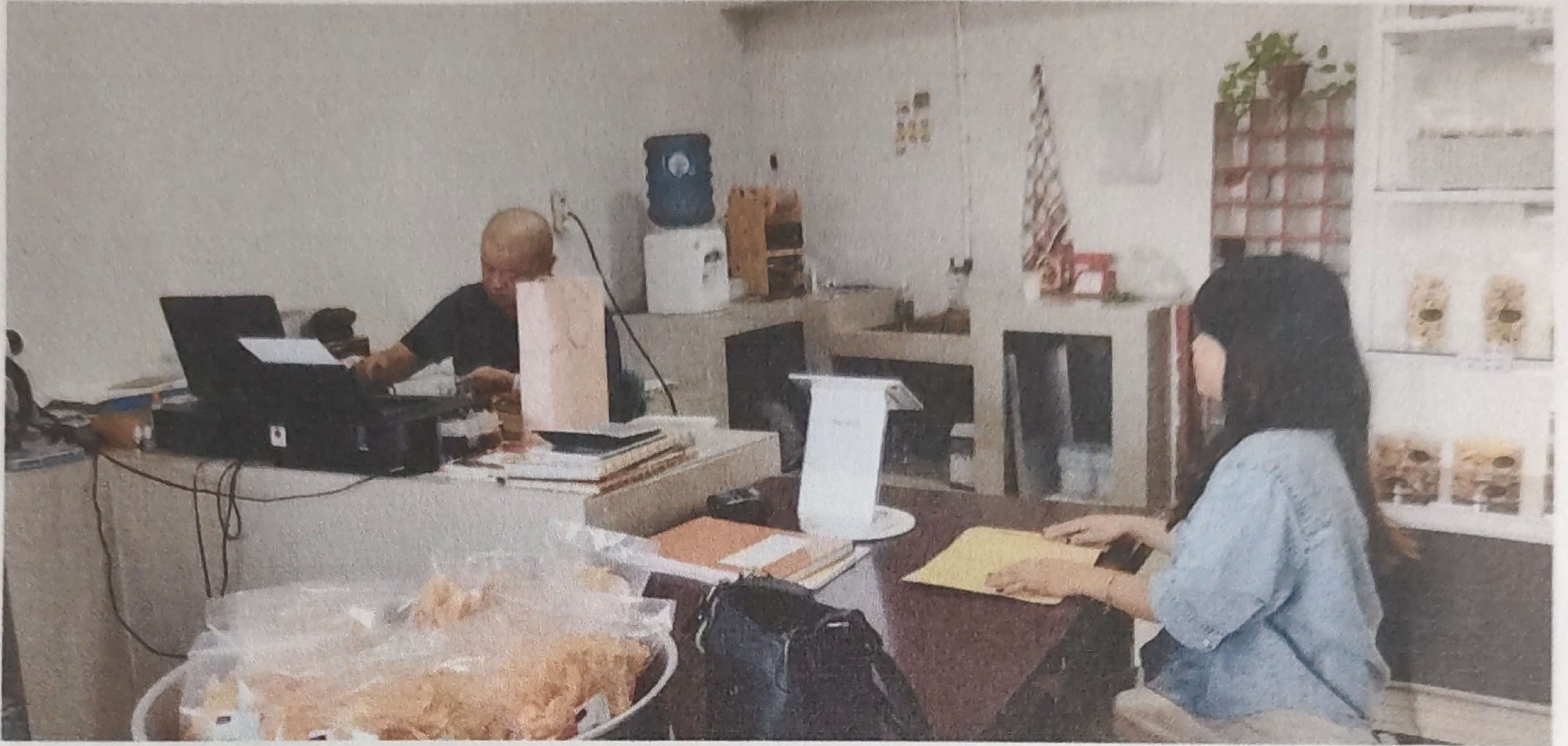
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.275E-15	4.447		.000	1.000
	Promosi	.000	.073	.000	.000	1.000
	Iklan	.000	.112	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: ABS_RES

DOKUMENTASI

Gambar 0.1



Gambar 0.2



Gambar 0.3



Gambar 0.4



Gambar 0.5



Gambar 0.6



Gambar 0.7



Gambar 0.8





YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage : <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

Gunungsitoli, 05 Juli 2024

Hal Pengajuan Judul Rancangan Penelitian

Kepada Yth. Bapak/ibu Dosen

Pembimbing Akademik

Dengan hormat,

1. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HENNI WIKA HAREFA

NIM : 2320117

Jumlah SKS : 135 SKS

Dengan ini mengajukan Judul Rancangan Penelitian dan memohon kepada Bapak/ibu kiranya dapat berkenan menyetujui salah satu judul yang saya ajukan di bawah ini:

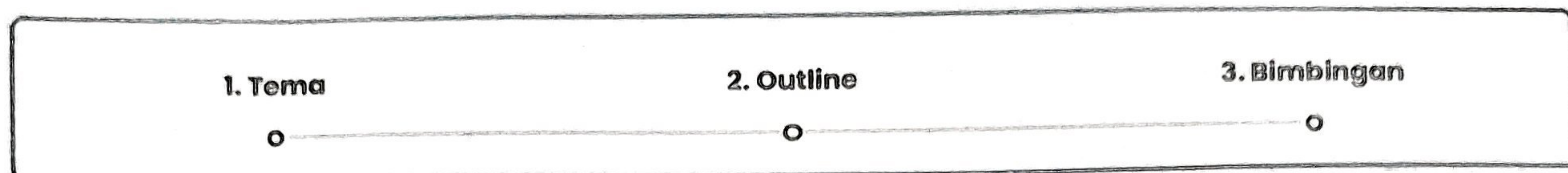
No	Rancangan Judul Penelitian	Persetujuan	
		Tanggal	Paraf
1	PENGARUH PROMOSI DAN IKLAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA UD TANDA SETIA	5/7/24	

2. Demikian Permohonan ini saya ajukan dengan harapan semoga Bapak/ibu dapat mempertimbangkannya.

Hormat Saya
Pemohon

HENNI WIKA HAREFA
NIM. 2320117

Tahap Proposal Skripsi



Dosen Pembimbing:

Maria M Bate'e, SE.,MM

NIDN 0111038208

Konsentrasi:

Pemasaran

Tema:

Promosi dan Iklan (Produk UMKM)

Judul:

Pengaruh Promosi dan Iklan di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan pada UD Tanda Setia

Lokus:

UD Tanda Setia

Alamat:

Kota Gunungsitoli

Latar Belakang:

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini membawa dampak besar bagi kehidupan terutama pada dunia bisnis dan pemasaran. Hal tersebut dapat menjadi peluang besar bagi usahawan, pembisnis dan orang-orang yang bergerak di bidang pemasaran atau marketing untuk memanfaatkan alat dan media yang sedang populer sebagai pijakan memperdagangkan bisnis, produk dan jasa mereka. Ditangan pengusaha perkembangan teknologi komunikasi terutama di media sosial dapat menjadi suatu jalan pintas yang digunakan sebagai strategi marketing yaitu sebagai media promosi suatu brand atau produk.

Jenu Widjaja Tandjung dalam (Ruth Dora Yunia Kopi et al., 2024) berpendapat bahwa internet dapat memberikan efisiensi anggaran pemasaran. Internet memiliki jangkauan yang luas, akses mudah dan biaya murah. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengusaha yang mulai mencoba mempromosikan produknya menggunakan media internet. Pemasaran produk UMKM melalui e-commerce dapat menguntungkan konsumen dengan memperoleh produk yang lebih murah karena melalui e-commerce usaha kecil dan menengah dapat memangkas saluran distribusi yang otomatis berdampak pada pengurangan harga.

Seperti yang sudah kita tahu, dengan 276 juta jiwa, Indonesia menjadi negara dengan jumlah penduduk terbanyak ke 4 di dunia. Dalam penggunaan internet, masyarakat Indonesia termasuk aktif terutama dalam hal online shopping, dan penggunaan media sosial. didapatkan bahwa 213 juta penduduk Indonesia sudah memiliki akses internet, setiap orang setidaknya memiliki 1 perangkat seluler, dan Indonesia memiliki persentase pengguna media sosial yang cukup tinggi, yakni 60% dari jumlah populasi, dimana ini berarti terdapat 3 pengguna media sosial di setiap 5 penduduk.

Dalam situs www.theglobalstatistics.com, Facebook yang dimiliki oleh Meta, berada di peringkat kedua dalam daftar media sosial terbanyak digunakan, dengan 81,30% pengguna internet di Indonesia. Kaum muda, terutama remaja, merupakan bagian terbesar dari pengguna FB (166,42 juta) di Indonesia.

Ini menjadi peluang besar bagi sektor perusahaan dalam melakukan promosi dan iklan melalui facebook. Dimana UMKM yang pada dasarnya memiliki banyak kekurangan karna volume perusahaan yang masih kecil, dapat memanfaatkan Facebook sebagai sarana pemasaran produk dalam hal melakukan promosi maupun iklan.

Promosi merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran (marketing mix), disamping penetapan harga jual, produk, dan distribusi. Promosi sangat berpengaruh terhadap usaha perusahaan untuk mencapai volume penjualan yang maksimal, karena meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relatif murah serta mudah untuk diperoleh, jika tidak disertai promosi yang baik, maka tingkat penjualan tidak akan memadai. Kotler dan Keller (2009), menjelaskan promosi sebagai usaha untuk memberikan informasi pada pasar tentang produk/jasa yang dijual, tempat dan saatnya. Promosi memiliki peranan penting untuk mengkomunikasikan keberadaan dan nilai produk kepada calon pelanggan.

Di Kota Gunungsitoli, penggunaan media sosial Facebook untuk kegiatan jual-beli barang dagangan telah menjadi kebiasaan umum. Pada platform Facebook, terdapat fitur Marketplace yang menyediakan ruang bagi pengguna Facebook untuk berpartisipasi dalam transaksi jual-beli makanan ringan dan oleh-oleh khas nias secara online. Melalui kegiatan promosi dan iklan di Facebook ini, konsumen dapat lebih mudah memilih dan mendapatkan informasi yang spesifik mengenai produk dalam bisnis online, yang saat ini sedang populer. Facebook juga memberikan kemudahan bagi mereka yang ingin mencari informasi tentang harga produk dan hal-hal terkait lainnya.

Dengan memanfaatkan marketing online dan pemasangan iklan di Facebook, UMKM yang berada di Kota Gunungsitoli berusaha menembus pasar yang lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga mencakup area di luar kota. Strategi ini menunjukkan bahwa pemilihan media promosi dan penargetan pasar yang tepat sangat penting dalam mencapai kesuksesan dalam penjualan online. Namun, tantangan seperti ketidaksesuaian produk yang diiklankan tetap menjadi hambatan yang mengurangi kepercayaan konsumen, menunjukkan pentingnya kejujuran dan transparansi dalam kegiatan jual beli online untuk mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan.

Menurut data yang diperoleh dari situs resmi pemerintah Kota Gunungsitoli, pada tahun 2023 terdapat sangat banyak UMKM yang berada di Kota Gunungsitoli. Ada peningkatan signifikan dari tahun-tahun sebelumnya. Hal ini tentunya patut untuk dilihat lebih jauh mengenai pesatnya pertumbuhan jumlah UMKM di Kota Gunungsitoli. Di Gunungsitoli sendiri jenis UMKM sangatlah beragam, mulai dari UMKM kuliner, perdagangan, advertising, dan juga produksi makanan ringan dan oleh-oleh khas nias dengan jumlah yang beragam. Pada penelitian ini peneliti akan fokus pada UMKM jenis produksi makanan ringan dan oleh-oleh Khas Nias.

Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Indriastuti, 2019) disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan media sosial terhadap volume penjualan.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian yang dituangkan dalam skripsi dengan mengambil judul "Pengaruh Promosi Dan Iklan di Marketplace Facebook Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Di UMKM Yang Berada Di Kota Gunungsitoli)".

Perumusan Masalah:

1. Apakah terdapat pengaruh promosi melalui marketplace facebook terhadap peningkatan volume penjualan pada UMKM yang berada di kota Gunungsitoli?
2. Apakah terdapat pengaruh iklan melalui marketplace facebook terhadap peningkatan volume penjualan pada UMKM yang berada di kota Gunungsitoli?

Tujuan Penelitian:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi melalui marketplace facebook terhadap peningkatan volume penjualan pada UMKM yang berada di kota Gunungsitoli
2. Untuk mengetahui pengaruh iklan melalui marketplace facebook terhadap peningkatan volume penjualan pada UMKM yang berada di kota Gunungsitoli

Metode Penelitian:

Berhubungan dengan judul yang dikemukakan, maka penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian lapangan (field research) dengan cara survei. Penelitian survey merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan terstruktur atau sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis. Pertanyaan terstruktur atau sistematis tersebut dikenal dengan istilah kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2017) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Teknik Pengumpulan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Kuesioner (Angket). Menurut (Sugiyono, 2017) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah respon dan cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan dan pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

2. Teknik analisis data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis deskriptif, yaitu analisis empiris secara deskripsi tentang informasi yang diperoleh untuk memberikan gambaran/menguraikan tentang suatu kejadian (siapa/apa, kapan, dimana, bagaimana, berapa banyak) yang dikumpulkan dalam penelitian. Data tersebut berasal dari jawaban yang diberikan oleh responden atas item - item yang terdapat dalam kuesioner. Selanjutnya peneliti akan mengolah data-data yang ada dengan cara dikelompokkan dan ditabulasikan kemudian diambil rata-rata (Mean) kemudian diberi penjelasan dan diolah menggunakan bantuan program Smart PLS 4.

yang dilakukan ada beberapa tahap, yaitu:

- a. Statistik Deskriptif
- b. Uji Validitas dan Reliabilitas
- c. Uji Asumsi Klasik
- d. Uji Hipotesis
- e. Uji Model

Daftar Pustaka:

- Indriastuti, P. W. (2019). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP VOLUME PENJUALAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (Studi Pada Pengrajin Tas dan Koper di Desa Kludan, Tanggulangin- Sidoarjo). 1-16.
- Ruth Dora Yunia Kopi, Sangkide, M., Taaha, Y. R., Juliana, S. F., &Guampe, F. A. (2024). Manfaat Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Online Shop Preloved Merry Shop.
- Sugiyono. (2017). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D.

www.theglobalstatistics.com

Tgl Pengajuan:

14 Aug 2024 15:06:40 WIB

Riwayat Persetujuan

3

Ketua Prodi

Yupiter Mendrofa, SE.,MM

Status: **Disetujui**

Waktu Diproses: 05 Jul 2024 19:02:21 WIB

Wadek I

Serniati Zebua, S.E., M. Si

Status: **Disetujui**

Waktu Diproses: 06 Jul 2024 19:02:25 WIB

Kepala LPPM

Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si., C.PS.

Status: **Disetujui**

Waktu Diproses: 07 Jul 2024 19:03:13 WIB

BIMBINGAN PROPOSAL

BIMBINGAN SKRIPSI

NIM :
2320117

NAMA MAHASISWA :
HENNI WIKA HAREFA

PRODI :
Manajemen

JUDUL :
Pengaruh Promosi dan Iklan di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan pada UD Tanda Setia

Dosen Pembimbing :
Maria M Bate'e, SE.,MM

Konsentrasi :
Pemasaran

Tema :
Promosi dan Iklan (Produk UMKM)

Riwayat Bimbingan Proposal

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	Proposal BAB 1-3 23 Jul 2024 10:25:02	PENGARUH PROMOSI DAN IKLAN DI MARKETPLACE FACEBOOK TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI UMKM KERIPIK OYA YANG BERADA DI KOTA GUNUNGSITOLI Download File Skripsi	1. Judul disempurnakan lagi 2. Penyusunan Latar belakang masi belum tepat. Susun sesuai catatan pd draft. 3. Teori yang dipakai paada BAB II adalah teori Promosi, Iklan dan Volume Penjualan 4. Cari referensi yang mendekati judul 5. Perbaiki kerangka konsep 6. Perbaiki jenis penelitian. Pakai kuantitatif 7. Perbaiki total pada BAB III 23 Jul 2024 10:53:25

2 REVISI Proposal BAB 1-3
12 Aug 2024 17:27:11

"Pengaruh Promosi Dan Iklan Di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan Di UMKM Oleh-oleh Khas Nias (Studi Kasus di UD Tanda Setia)"

Download File Skripsi

1. Sempurnakan lagi latar belakang.
2. Perbaiki rumusan masalah dan tujuan penelitian
3. Tambahkan teori volume penjualan BAB II
4. Perbaiki kerangka konseptual
5. Cari referensi penelitian terdahulu yang relevan dengan yang diteliti
6. Pastikan jumlah populasi dan sampel
7. Pastikan teknik menolak data apakah menggunakan SEM PLS atau SPSS

14 Aug 2024 15:41:02

3 REVISI Proposal BAB 1-3
23 Aug 2024 15:05:46

"Pengaruh Promosi Dan Iklan Di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan pada UD Tanda Setia"

Download File Skripsi

1. Tambahkan indikator y
2. Di pengujian hipotesis tambahkan uji F

28 Aug 2024 10:21:18

4 REVISI Proposal BAB 1-3
30 Aug 2024 13:24:55

"Pengaruh Promosi Dan Iklan Di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan pada UD Tanda Setia".

Download File Skripsi

Acc sempro

16 Nov 2024 06:58:31

5 BAB IV
20 Dec 2024 11:58:35

HASIL DAN PEMBAHASAN

Download File Skripsi

1. Hasil pengolahan data di BAB IV masih belum tepat. Perbaiki sesuai petunjuk
2. Perbaiki lagi pembahasan

20 Dec 2024 12:52:05

6 revisi bab 4
07 Jan 2025 10:01:14

revisi bab 4

Download File Skripsi

1. Berapa hasil besarnya pengaruh masing2 variabel X ke Y
2. Berapa hasil secara simultan.
3. Rumusan masalah harus terjawab
4. Dalam pembahasan sinkronkan dengan penelitian terdahulu

10 Jan 2025 16:38:14

N O	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
7	REVISI BAB 4 DAN KESIMPULAN 23 Jan 2025 19:02:49	REVISI	Acc untuk ujian skripsi
Download File Skripsi			01 Feb 2025 11:35:54

LEMBAR PERSETUJUAN RANCANGAN PENELITIAN

Rancangan Penelitian yang di ajukan oleh :

Nama : HENNI WIKA HAREFA

NIM : 2320117

Program : Sarjana

Program Studi : Manajemen

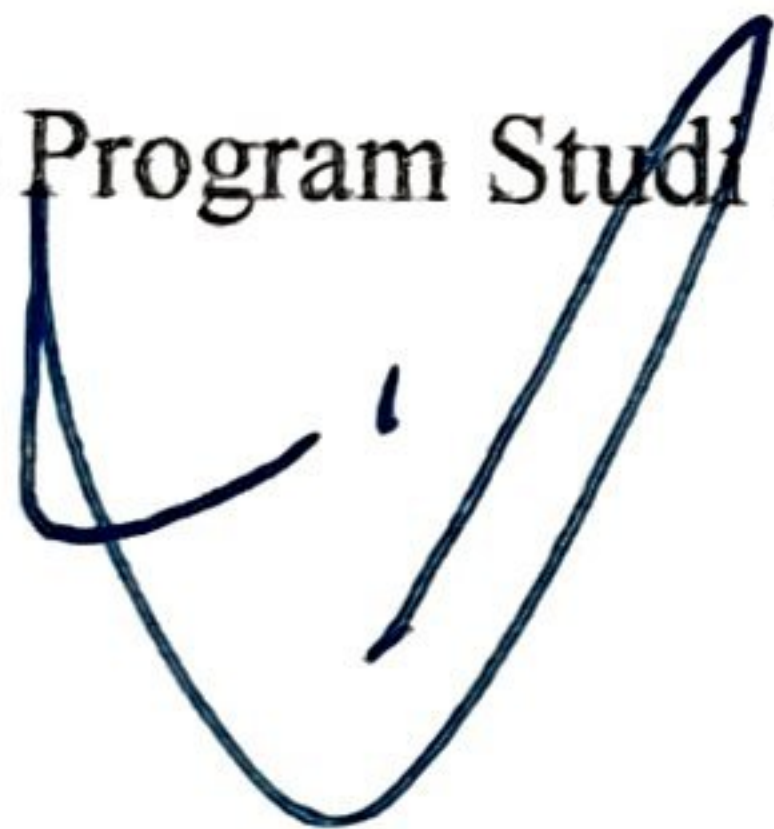
Fakultas : Ekonomi

Judul : PENGARUH PROMOSI DAN IKLAN DI MEDIA SOSIAL
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA UD. TANDA
SETIA

Telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan.

Gunungsitoli, 6 September 2024

Ketua Program Studi Manajemen



Yupiter Mendrofa, SE.,MM
NIDN.0112078103

Dosen Pembimbing



Maria Magdalena Bate'e, S.E.,MM
NIDN.0111038208



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS

UNIVERSITAS NIAS

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA ACARA SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Pada hari ini Jumat tanggal Dua puluh bulan September tahun dua ribu dua puluh empat telah diselenggarakan Seminar Rancangan Penelitian bagi mahasiswa Universitas Nias :

Nama : **HENNI WIKA HAREFA**
NIM : 2320117
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Iklan di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan pada UD: Tanda Setia

W a k t u Pelaksanaan : 08.00 wib-selesai

Susunan Dewan Pembimbing Dan Penelaah:

1. Maria M. Bate'e, S.E., M.M.
(Pembimbing)
2. Martha Surya Dinata Mendrofa, S.E., MBA 2.
(Penelaah)

Tanda Tangan

1.

Rekapitulasi Nilai

Dewan Pembimbing Dan Penelaah	Total Nilai
1. Maria M. Bate'e, S.E., M.M. (Pembimbing)	80
2. Martha Surya Dinata Mendrofa, S.E., MBA (Penelaah)	79
Total Nilai	159

Rata-rata nilai adalah: 79,5

Gunungsitoli, 20 September 2024
Ketua Program Studi Manajemen,

Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN. 0112078103



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA KETERANGAN SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nias
menerangkan bahwa :

Nama	: HENNI WIKA HAREFA
NIM	: 2320117
Jenjang Pendidikan	: Sarjana
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Pengaruh Promosi dan Iklan di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan pada UD. Tanda Setia

Telah menyelenggarakan seminar rancangan penelitian pada :

hari / tanggal	: Jumat, 20 September 2024
Pukul	: 08.00 Wib s/d Selesai
tempat	: Ruang Lab

Dengan hasil penilaian :

☐

Rancangan penelitian telah cukup baik dan lengkap sehingga telah dapat dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data.
(90-100)

☒

Rancangan penelitian telah cukup baik, namun masih perlu disempurnakan dan dilengkapi dengan instrumen sebelum dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data.
(70-89)

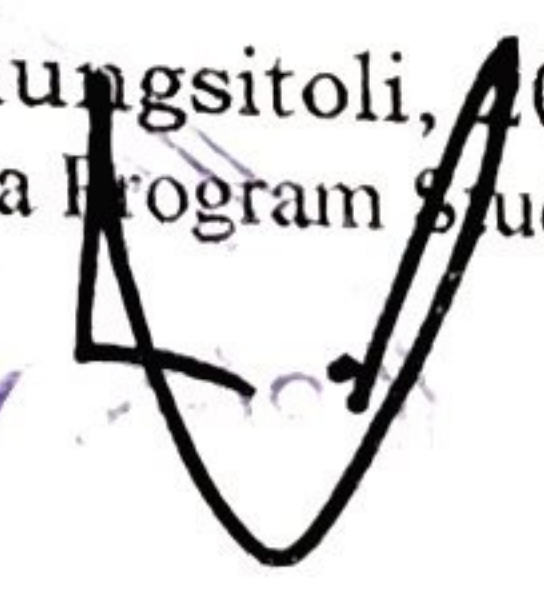
☐

Rancangan rancangan penelitian masih perlu dikembangkan, namun masalah penelitian masih dianggap cukup baik untuk dijadikan topik permasalahan skripsi. Dianjurkan seminar perbaikan.
(55-69)

☐

Rancangan penelitian tidak memenuhi syarat untuk dikembangkan sebagai bahan skripsi. Mahasiswa perlu memikirkan untuk memilih topik lain dan wajib mengikuti seminar rancangan skripsi.
(0-5)

Gunungsitoli, 20 September 2024
Ketua Program Studi Manajemen,


Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN. 0112078103

Catatan:
Beri tanda centang (✓)
Pada salah satu kotak.



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN PROPOSAL PENELITIAN SKRIPSI

1. Mahasiswa

Nama : HENNI WIKA HAREFA

NIM : 2320117

Judul Penelitian : Pengaruh Promosi dan Iklan di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan pada UD. Tanda Setia

2. Materi Perbaikan

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
1.		Perbaiki dan tambahkan & latar belakang fenomena + bukti dari observasi yg mendukung penelitian anda.
2.		Promosi apa saja dan iklan apa yg sdh dilakukan? Perbaiki populasi + sampel (penyelesaian)
3.		hindari penggunaan blog/web tdk resmi
4.		Sesuaikan penulisan + penyusunan sesuai buku pedoman yg berlaku
5.		Tambahkan kuesioner
6.		Perbaiki penjelasan di Bab 3 (3.1)

Gunungsitoli, 20 September 2024
Dosen Penelaah,

Martha Surya Dinata Mendrofa, S.E., MBA
NIDN. 0122039001



Maria M. Bate'e, S.E., M.M
NIDN. 0111038208

LEMBAR PERSETUJUAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Rancangan Penelitian diajukan oleh :

Rancangan Penelitian di ajukan oleh :

Nama : HENNI WIKA HAREFA

NIM : 2320117

Program : Sarjana

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul : **PENGARUH PROMOSI DAN IKLAN TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PADA UD TANDA SETIA**

Telah diseminarkan dan disetujui untuk diteliti.

Gunungsitoli, 23 September 2024

Dosen Penelaah



MARTHA S DINATA MENDROFA, S.E., MBA.
NIDN. 0122039001

Dosen Pembimbing



MARIA M. BATE'E, S.E., M.M
NIDN. 0111038208

Ketua Prodi Manajemen,



Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN. 0112078103



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage : <https://mnp.unias.ac.id> email: mnp@unias.ac.id

Gunungsitoli, 16 November 2024

Nomor : 235/UN11/PN.01.02/2024
Lampiran : 1 (Set)
Perihal : **Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian**

Kepada Yth,
Pimpinan UD. Tanda Setia
di

Tempat

1. Dengan hormat, dalam rangka melengkapi data penelitian yang dilaksanakan oleh :

Nama	: HENNI WIKA HAREFA
NIM	: 2320117
Fakultas	: Ekonomi
Program Studi	: Manajemen
Jenjang Pendidikan	: Sarjana (S1)
Judul skripsi	: Pengaruh Promosi dan Iklan Terhadap Volume Penjualan Pada UD Tanda Setia
Lokasi Penelitian	: UD Tanda Setia
Jadwal Penelitian	: 16 November 2024 sampai selesai

Maka kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya memberi izin kepada mahasiswa yang namanya tersebut diatas untuk melaksanakan penelitian di Lokasi Penelitian tersebut diatas (Rancangan Skripsi Terlampir)

2. Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasama diucapkan terimakasih

Dekan,


Maria Magdalena Bate'e, S.E., M.M
NIDN. 0111038028

Tembusan :

Yth :

1. Rektor Universitas Nias (Sebagai Laporan)
2. Warek Lingkup Universitas Nias
3. Kepala LPPM Universitas Nias
4. Ketua Program Studi Manajemen
5. UD Tanda Setia
6. Peneliti yang bersangkutan (**HENNI WIKA HAREFA**)
7. Arsip

SURAT KETERANGAN

KESEDIAAN MENJADI LOKASI PELAKSANAAN PENELITIAN

Kepada :

DEKAN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NIAS

Di

Tempat

Sehubungan dengan Permohonan izin Pelaksanaan Penelitian, dengan ini kami sampaikan bahwa UD Tanda Setia menerima dan memberi izin kepada HENNI WIKA HAREFA NIM 2320117 Untuk melaksanakan Penelitian.

Demikian Surat dibuat untuk dipergunakan sebagaimana perlunya.

OWNER UD TANDA SETIA



DJUNianto

SURAT KETERANGAN TELAH DIPERAKHIRKAN PENELITIAN

Yang beranda tertera dibawah ini

Nama : DJUNianto
Jabatan : OWNER UD TANDA SETIA
Alamat : Jalan Pattimura No 69 Kelurahan Ite Kota Cirebon

Yang ini menerangkan bahwa mahasiswa

Nama : MELNI WIKI HARIKA
NPM : 2320117
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Telah selesai melakukan penelitian di UD TANDA SETIA, untuk memperoleh data dalam rangka Penyusunan Skripsi yang berjudul " Pengaruh Promosi dan Iklan di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan Pada UD TANDA SETIA".

Demikian surat keterangan ini, dibuat untuk dipergunakan sebagaimana perlunya.

OWNER UD TANDA SETIA


DJUNianto

NIM :
2320117

NAMA MAHASISWA :
HENNI WIKA HAREFA

PRODI :
Manajemen

JUDUL :
Pengaruh Promosi dan Iklan di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan pada UD Tanda Setia

Dosen Pembimbing :
Maria M Bate'e, SE.,MM

Konsentrasi :
Pemasaran

Tema :
Promosi dan Iklan (Produk UMKM)

Riwayat Bimbingan Skripsi

NO	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	BAB IV 20 Dec 2024 11:58:35	HASIL DAN PEMBAHASAN Download File Skripsi	1. Hasil pengolahan data di BAB IV masih belum tepat. Perbaiki sesuai petunjuk 2. Perbaiki lagi pembahasan 20 Dec 2024 12:52:05
2	revisi bab 4 07 Jan 2025 10:01:14	revisi bab 4 Download File Skripsi	1. Berapa hasil besarnya pengaruh masing2 variabel X ke Y 2. Berapa hasil secara simultan. 3. Rumusan masalah harus terjawab 4. Dalam pembahasan sinkronkan dengan penelitian terdahulu 10 Jan 2025 16:38:14
3	REVISI BAB 4 DAN KESIMPULAN 23 Jan 2025 19:02:49	REVISI Download File Skripsi	Acc untuk ujian skripsi 01 Feb 2025 11:35:54



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi dengan Judul Pengaruh Promosi dan Iklan Terhadap Volume Penjualan pada UD.

Tanda Setia yang disusun oleh Henni Wika Harefa NIM. 2320117 Program Studi Manajemen, telah dikoreksi dan direvisi oleh pembimbing sehingga dapat dilanjutkan untuk sidang ujian skripsi.

Gunungsitoli, Februari 2025

Dosen Pembimbing,

[Handwritten signature]
11/2 2025

Maria M. Bate'e, S.E., M.M.
NIDN. 0111038208



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://fe.unias.ac.id> email: fe@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 116 /UN11/TU.01.20/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Serniati Zebua, S.E., M.Si
NIDN : 0103098702
Pangkat/Golongan : Penata / IIIc
Jabatan : Plh. Dekan Fakultas Ekonomi

dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : Henni Wika harefa
NIM : 2320117
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen

adalah benar telah melakukan pengecekan plagiarisme melalui aplikasi *Turnitin*, dan mendapat tingkat *Similarity* 29% sehingga dinyatakan layak untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya sesuai dengan tahapan pada penyelesaian skripsi/tugas akhir.

Gunungsitoli, 10 Pebruari 2025
Plh. Dekan Fakultas Ekonomi,

Serniati Zebua, S.E., M.Si
NIDN: 0103098702

Tembusan :

1. Ka. LPPM Universitas Nias
2. Ketua Program Studi Manajemen
- 3 . Arsip



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli.
Homepage: <https://fe.unias.ac.id> email: fe@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS MATA KULIAH

No. 73/UK. II. 02 / PP. 09. 01 / 2025

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi S1 Manajemen, Universitas Nias, menerangkan bahwa:

Nama : Henni Wika Harefa
NPM : 2320117
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Iklan Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Tanda Setia

Bahwa yang bersangkutan dinyatakan lulus semua Mata Kuliah di Program Studi S1 Manajemen, kecuali Mata Kuliah Penulisan Skripsi. Untuk itu, dimohon kiranya untuk diterbitkan Transkrip Nilai kepada yang bersangkutan.

Atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Gunungsitoli, 11 Februari 2025
Plt. Ketua Program Studi,

Idarni Harefa, S.E., M.E.
NIDN. 0128129101



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

Hal
Lampiran

: **Permohonan Ujian Skripsi**

: Satu Berkas

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
c.q. Ketua Program Studi Manajemen
Jalan Karet No.30 Kel. Ilir, Kec. Gunungsitoli
Kota Gunungsitoli

Gunungsitoli, Februari 2025

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

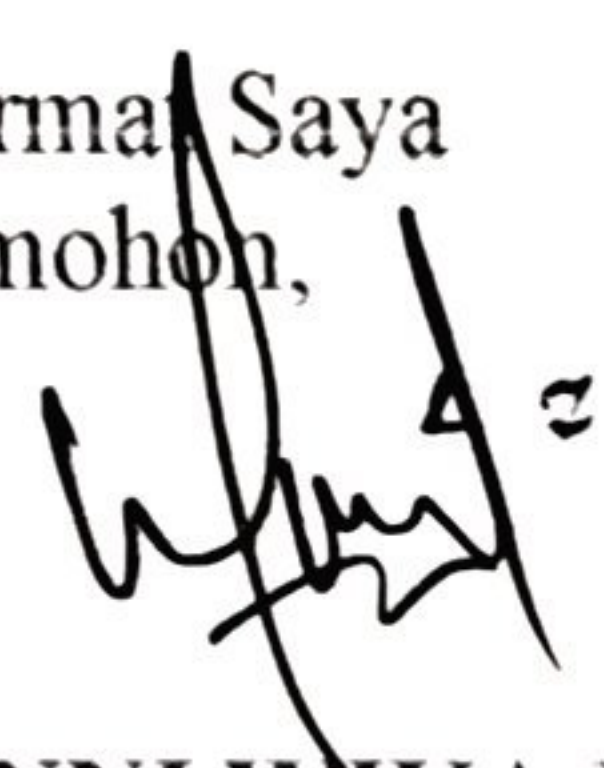
Nama : **HENNI WIKA HAREFA**
NIM : 2320117
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi (FE)

Mengajukan permohonan untuk diperkenankan menempuh ujian Skripsi.
Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan:

1. Surat Permohonan Ujian Skripsi
2. Surat Kesiediaan Menghadiri Ujian Skripsi
3. Bukti Skripsi Telah Melewati Cek *Plagiat* Dari LPPM
4. Menggandakan *Hardcopy* Skripsi Yang Telah di Jilid Sebanyak 3 (Tiga) Rangkap
5. Riwayat Bimbingan SKRIPSI di SIMAT Dari Dosen Pembimbing
6. Menunjukkan KRS/KHS Asli Semester 1 Sampai Terakhir
7. Fotokopi KHS Terakhir
8. Transkrip Nilai Sementara Dari SIMAT
9. Slip Pembayaran Uang Kuliah Terakhir
10. Map Merah 3 Buah

Atas perhatian Bapak/Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya
Pemohon,


HENNI WIKA HAREFA
NIM.2320117

Tembusan disampaikan kepada
Rektor Universitas Nias
c.q. Wakil Rektor I



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat: Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

Hal : Kesedian Menghadiri Sidang Skripsi

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
c.q. Ketua Program Studi Manajemen
Jalan Karet No.30 Kel. Ilir, Kec. Gunungsitoli
Kota Gunungsitoli

Nama : **Henni Wika Harefa**
Nim : 2320117
Program : Sarjana
Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi (FE)

Manyatakan bahwa saya bersedia untuk menghadri ujian Skripsi sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

Atas perhatian Bapak/Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya Pemohon,

Henni Wika Harefa
NIM. 2320117

Tembusan disampaikan kepada
Rektor Universitas Nias
c.q. Wakil Rektor I



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 20 Kelurahan Ulu, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://uninias.ac.id> email: info@uninias.ac.id

13 Februari 2025

Nomor : 84/UN11.02/PP.08.03/2025
Lampiran : 1 Set
Hal : Pelaksanaan Sidang Skripsi
atas nama **HENNI WIKA HAREFA**

Kepada Yth.

1. Martha Surya Dinata Mendrofa, S.E., MBA	Pengji I
2. Serniati Zebua, SE.,M. Si	Pengji II
3. Maria M Bate'e, SE.,MM	Pembimbing

di Gunungsitoli

Sehubungan dengan pelaksanaan sidang skripsi mahasiswa:

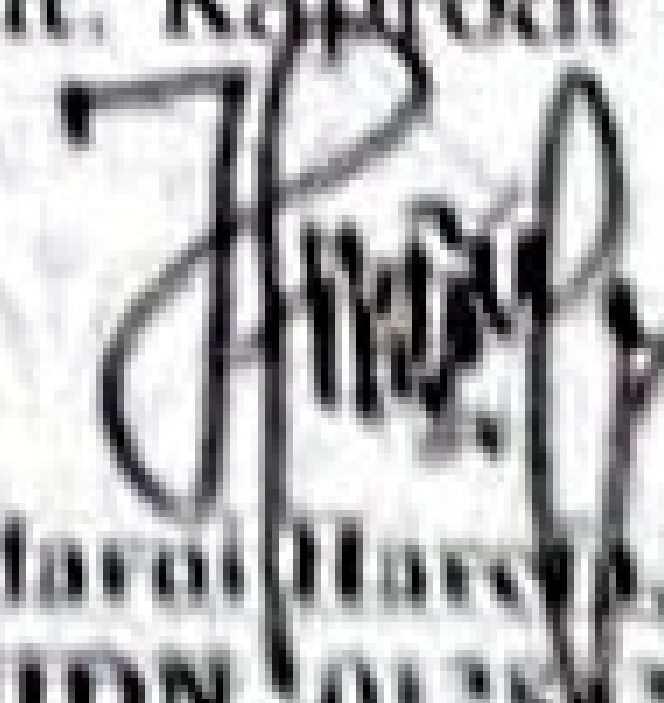
Nama : **HENNI WIKA HAREFA**
NIM : 2320117
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Iklan di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan pada UD. Tanda Setia

diharapkan kehadiran Bapak pada acara dimaksud yang diselenggarakan:

hari/tanggal : Sabtu, 15 Februari 2025
pukul : 10.00 Wib s/d selesai
tempat : Ruang 7

Naskah skripsi yang diujikan, disampaikan langsung oleh Program Studi.
Atas perhatian Bapak, kami mengucapkan terima kasih.

Plt. Kaprodi Manajemen


Idarui Harefa, S.E., M.E.
NIDN. 0128029102

Tembusan disampaikan kepada

1. Rektor Universitas Nias, o.p. Wakil Rektor I
2. Dekan Fakultas Ekonomi
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip

SD. Disampaikan kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing/Pengaji berkecukupan segi, & harus sesuai Regel Dosen
diujikan mematuhi kedisiplinan dan tidak pakai dia.



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mun.unias.ac.id> email: mun@unias.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Sabtu tanggal Lima belas Februari tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Ujian skripsi bagi mahasiswa Universitas Nias :

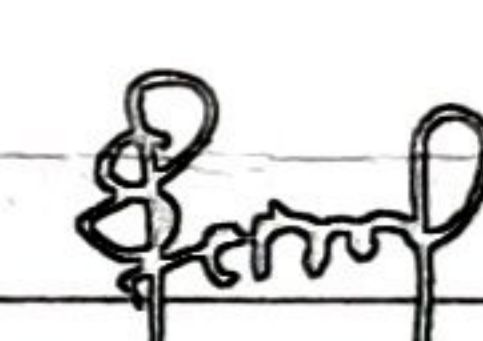
N a m a : HENNI WIKA HAREFA
NIM : 2320117
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Iklan di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan pada UD. Tanda Setia

W a k t u Pelaksanaan : 10.00 WIB s.d.selesai

Susunan Dewan Penguji :

TandaTangan

1. Maria M Bate'e, SE.,MM
2. Martha Surya Dinata Mendrofa, S.E., MBA
3. Serniati Zebua, SE.,M.Si

1. _____
2. 
3. 

Rekapitulasi Nilai

Dewan Penguji	Total Nilai
1. Maria M Bate'e, SE.,MM	90
2. Martha Surya Dinata Mendrofa, S.E., MBA	88
3. Serniati Zebua, SE.,M.Si	87.
Total Nilai	265

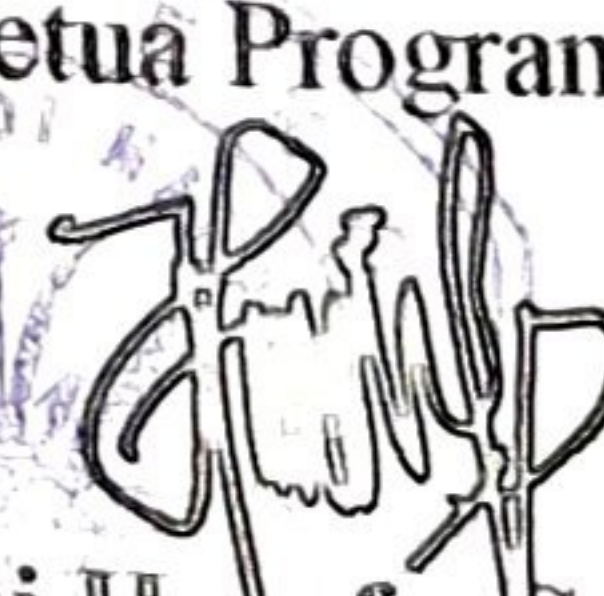
Berdasarkan Perhitungan Rata-Rata Nilai adalah 88,3
(...Delapan...Delapan...koma...Tiga...)

Dengan Demikian Yang bersangkutan dinyatakan Lulus/~~Tidak Lulus~~ dengan Predikat Kelulusan.....A...

Keterangan:
Nilai Yudisium:

90.00-100. = A
85.00-89.99 = A-
80.00 -84.99 = B+
75.00 - 79.99 = B
70.00 - 74.99 = B-
65.00 - 69.99 = C+
60.00 - 64.99 = C
55.00 - 59.99 = C-
50.00 - 54.99 = D
< 40.99 = E

Gunungsitoli, 15 Februari 2025
Plt. Ketua Program Studi,


Idarni Harefa, S.E., M.E.
NIDN. 0128129102



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI

1. Mahasiswa

Nama : HENNI WIKA HAREFA

NIM : 2320117

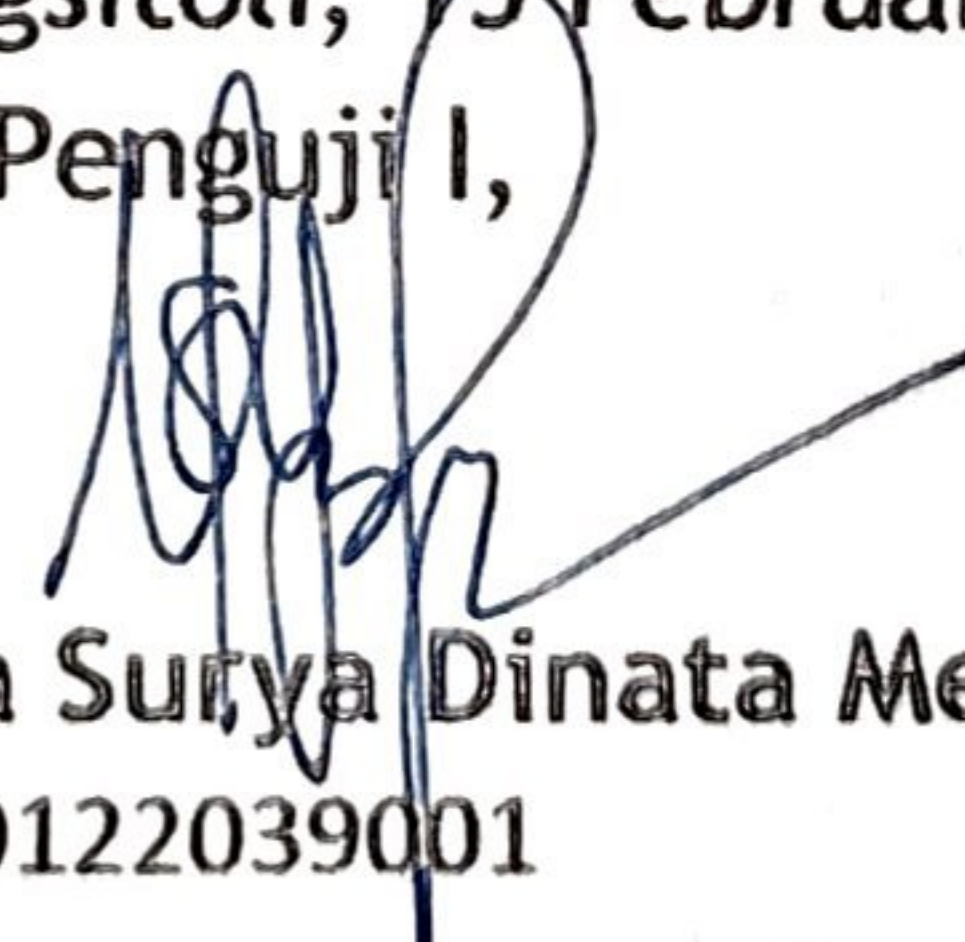
Judul Penelitian : Pengaruh Promosi dan Iklan di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan pada UD. Tanda Setia

2. Materi Perbaikan

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
1.		Penggunaan Bahasa Asing, seminimal mungkin, c/ marketplace. Jangan lupa, bhs Asing, dicetak miring.
2.		lengkapi daftar pustaka. gunakan mendeley
3.		Revisi & tambahkan saran.
4.		Perbaiki perhitungan spss, pilih yg spss atau manual
5.		Lengkapi lampiran

Gunungsitoli, 15 Februari 2025

Dosen Penguji I,


Martha Surya Dinata Mendrofa, S.E., MBA
NIDN. 0122039001



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI

1. Mahasiswa

Nama : HENNI WIKA HAREFA

NIM : 2320117

Judul Penelitian : Pengaruh Promosi dan Iklan di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan pada UD. Tanda Setia

2. Materi Perbaikan

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
		1. Hipotesis ditambahkan H_0 (seandainya variabel x tak mempengaruhi variabel y .)
		2. Tambahkan teori / peneliti terdahulu terkait penarikan hipotesis $H_1 - H_3$
		3. Prom Iklan merupakan bagian dr jenis ? promosi (mass selling).
		4. Uji hipotesis secara parsial dimana diperoleh . Pakailah uji apa ?

Gunungsitoli, 15 Februari 2025

Dosen Penguji II

Serniati Zebua, SE.,MSi

NIDN. 103098702

BIODATA PENULIS

Henni Wika Harefa dilahirkan di Desa Lololakha , Kecamatan Gunungsitoli Selatan, Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara, pada tanggal 31 Juli 2000, anak ke empat dari enam bersaudara dari pasangan Amisokhi Harefa (Ayah) dan Mariati Harefa (Ibu) . Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 077270 Simanaere Lololakha selama enam tahun. Setelah tamat SD, melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 3 Gunungsitoli Selatan, tepatnya di Desa Lololakha Kecamatan Gunungsitoli Selatan selama tiga tahun , dan kembali melanjutkan Pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 1 Dharma Caraka Gunungsitoli Selatan selama tiga tahun. Kemudian pada tahun 2020 melanjutkan studi di salah satu Yayasan Perguruan Tinggi Nias , mengambil Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi , Universitas Nias.

Pada Akhir Tahun 2024, memulai penelitian ilmiah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi di Universitas Nias , setelah beberapa minggu melaksanakan penelitian dan oleh karena pertolongan Tuhan Yang Maha Esa, tepatnya pada tanggal 15 Februari 2025 telah mampu mempertahankan di depan Dosen Penguji Skripsi dan dinyatakan ‘LULUS’ dengan Predikat Yudisium dan berhak mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Selama menempuh Pendidikan di Universitas Nias, banyak pengalaman belajar yang diterima dari Dosen Dosen Universitas Nias yang telah didapatkan serta terlibat dalam berbagai kegiatan kegiatan yang diselenggarakan oleh Universitas Nias , baik di bidang Pendidikan , Industri, maupun kegiatan pengabdian bagi masyarakat.