

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap :
.....
2. Umur :
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan :
.....

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (<i>advertising</i>)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.					
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.					
2	Penjualan Personal (<i>personal selling</i>)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.					
3	Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.					
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.					
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (<i>publicity and public relation</i>)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.					
5	Informasi dari mulut ke mulut (<i>word of mounth</i>)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.					

		8	Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian					
6	Pemasaran Langsung (<i>direct marketing</i>)	9	Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.					

B. Penjualan (Y)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian					
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.					
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian					
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek					
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.					
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa					
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian					
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.					
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan					
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan					

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : EKA PURWANDI ZEBUA
2. Umur : 26
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / ~~b. Perempuan~~
4. Pendidikan : -

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (<i>advertising</i>)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (<i>personal selling</i>)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (<i>publicity and public relation</i>)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (<i>word of mounth</i>)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✗	✓			
6	Pemasaran Langsung (<i>direct</i>)	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1 Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2 Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3 Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6 Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7 Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.		✓			
4	Saluran Distribusi	9 Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10 Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Rani Zega
2. Umur : 30
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMA

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.		✓			
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.		✓			
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.		✓			
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.						
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.		✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek		✓			
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa		✓			
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan		✓			

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : CARLES DARWIN Gulo
2. Umur : 33
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMP

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (<i>advertising</i>)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (<i>personal selling</i>)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (<i>publicity and public relation</i>)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (<i>direct</i>)	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator		Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : DEBORA HALAWA
2. Umur : 25
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMA

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.		✓			
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.		✓			
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.		✓			
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara		✓			

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.		✓			

B. Penjualan (X)

No	Indikator		Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.		✓			
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.		✓			
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan		✓			

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : *prima hariti zila*
2. Umur : *35*
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : *S.1*

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.		✓			
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.		✓			
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara		✓			

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.		✓			
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan		✓			
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Yadimita Harawa
2. Umur : 22
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan :

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.		✓			
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.		✓			
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.		✓			
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.		✓			
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara		✓			

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.		✓			
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.		✓			
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan		✓			
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : NORMAL PERDAMAIAN HURA
2. Umur : 18
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : Penalar

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.		✓			
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.		✓			
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.		✓			
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.		✓			
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.		✓			
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.			✓		
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian			✓		
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara		✓			

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.		✓			

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.		✓			
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek		✓			
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa		✓			
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan		✓			
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan		✓			

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Mega Intan Lia
2. Umur : 41
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan :

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.		✓			
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.		✓			
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.		✓			
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.		✓			
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.						
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓					

B. Penjualan (X)

No	Indikator		Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan		✓			
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : otolisasi Halawa
2. Umur : 22
3. Jenis kelamin : ☒ a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : Mahasiswa

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.		✓			
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.		✓			
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.		✓			
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.		✓			
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.		✓			
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.		✓			
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara		✓			

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.		✓			

B. Penjualan (X)

No	Indikator		Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.		✓			
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek		✓			
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa		✓			
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.		✓			
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan		✓			
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan		✓			

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : ARDIFAN ZEBUA
2. Umur : 25 (dua puluh lima)
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMK

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct)	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Romamus Siwan Hia
2. Umur : 25
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMA

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.		✓			
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.		✓			
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara		✓			

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.		✓			
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.		✓			
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan		✓			
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Fitriana Hawada
2. Umur : 22
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan :

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.		✓			
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara		✓			

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa		✓			
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.		✓			
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan		✓			
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Bunga hati HA
2. Umur : 30
3. Jenis kelamin : a Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMP

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct)	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara		✓			

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan		✓			

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : ARIANUS GULO
2. Umur : 24
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / ~~b. Perempuan~~
4. Pendidikan : -

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.		✓			
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.		✓			
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.		✓			
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek		✓			
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.		✓			
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan		✓			

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Qusman Wurekhe
2. Umur : 20 tahun
3. Jenis kelamin : ☒ a. Laki-laki / ☐ b. Perempuan
4. Pendidikan : Mahasiswa

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.		✓			
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.		✓			
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.		✓			
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.		✓			
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.					
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara		✓			

	marketing)		promosi.						
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓					

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1 Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		2 Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.		✓			
		3 Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek		✓			
		5 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
		6 Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa		✓			
3	Kualitas	7 Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.		✓			
4	Saluran Distribusi	9 Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan		✓			
		10 Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan		✓			

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Veri Saputra Lase
2. Umur : 63
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SLTA

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.					
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.		✓			
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.					
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.		✓			
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian					
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara		✓			

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.					

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1 Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2 Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.					
		3 Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian					
2	Promosi	4 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek					
		5 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.					
		6 Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa					
3	Kualitas	7 Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian					
		8 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.					
4	Saluran Distribusi	9 Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan					
		10 Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan					

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : ELORRENSIA ZARUKHTU
2. Umur : 35
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMA

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct)	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.						
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓					

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Sinarwati Zela
2. Umur : 26
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMP

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Minta Anugrah Hita
2. Umur : 28
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : S.M.K

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Melisa Zebua
2. Umur : 41
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SD

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara		✓			

	marketing)		promosi.						
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓					

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓	✓			
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Handykin Febua
2. Umur : 36
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMP

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct)	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1 Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2 Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3 Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6 Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7 Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9 Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10 Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Benansululu
2. Umur : 20
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / ~~b. Perempuan~~
4. Pendidikan : Smk

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.		✓			
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.		✓			
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara		✓			

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.		✓			
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.		✓			
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan		✓			
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : NATALI ZAI
2. Umur : 27
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / ~~b. Perempuan~~
4. Pendidikan : -

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (<i>advertising</i>)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.		✓			
2	Penjualan Personal (<i>personal selling</i>)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.		✓			
3	Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (<i>publicity and public relation</i>)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.		✓			
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
6	Pemasaran Langsung (<i>direct</i>)	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara		✓			

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.		✓			
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.		✓			
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan		✓			
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : oktavianus zebua
2. Umur : 30
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMA

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.		✓			
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1 Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2 Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3 Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
		6 Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7 Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		8 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9 Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10 Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Pinta Zelava
2. Umur : 30
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMA

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.		✓			
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.		✓			
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.		✓			
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.		✓			

B. Penjualan (X)

No	Indikator		Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek		✓			
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan		✓			

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Blandrina Lebua
2. Umur : 25
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan :

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.		✓			
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.		✓			
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.		✓			
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.		✓			
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct)	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.		✓			

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek		✓			
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa		✓			
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan		✓			

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : FITRI BERLIAN GUIO
2. Umur : 35
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan :

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (<i>advertising</i>)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (<i>personal selling</i>)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (<i>publicity and public relation</i>)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (<i>direct</i>)	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1 Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2 Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3 Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6 Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7 Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9 Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10 Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Selaku Yakini Halawa
2. Umur : 35
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMP

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct)	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.						
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓					

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Anwar Harpa
2. Umur : 31
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan :

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1 Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2 Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3 Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6 Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7 Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9 Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10 Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Ofan Ras Waruwu
2. Umur : 16
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : Pelajar

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.			✓		
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.			✓		
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.		✓			
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.		✓			
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.			✓		
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian			✓		
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara					

	marketing)		promosi.		✓			
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.		✓			

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1 Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		2 Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.			✓		
		3 Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek		✓			
		5 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
		6 Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa		✓			
3	Kualitas	7 Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.		✓			
4	Saluran Distribusi	9 Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan		✓			
		10 Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan		✓			

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : eduardus Gmo
2. Umur : 32
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMK

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓	✓			
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓	✓			
6	Pemasaran Langsung (direct)	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1 Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		2 Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3 Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6 Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa		✓			
3	Kualitas	7 Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.		✓			
4	Saluran Distribusi	9 Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10 Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : Hendrius Zebua
2. Umur : 25 (dua puluh Lima)
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMA

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	✓				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	✓				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	✓				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.	✓				
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	✓				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.	✓				
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	✓				

	marketing)		promosi.						
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓					

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1	Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		2	Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	✓				
		3	Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
2	Promosi	4	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	✓				
		5	Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	✓				
		6	Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	✓				
3	Kualitas	7	Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	✓				
		8	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	✓				
4	Saluran Distribusi	9	Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	✓				
		10	Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	✓				

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : ALWIZATULO HALAWA
2. Umur : 22 tahun
3. Jenis kelamin : la. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : Mahasiswa

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.		✓			
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.		✓			
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.		✓			
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.		✓			
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.		✓			
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.			✓		
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara			✓		

	marketing)		promosi.					
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	✓				

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1 Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		2 Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.			✓		
		3 Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
2	Promosi	4 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek		✓			
		5 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.		✓			
		6 Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa		✓			
3	Kualitas	7 Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian		✓			
		8 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.		✓			
4	Saluran Distribusi	9 Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan		✓			
		10 Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan			✓		

KUESIONER

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

1. Nama lengkap : hanayakin zega
2. Umur : 27
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
4. Pendidikan : SMA

A. Strategi Promosi (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Periklanan (advertising)	1 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat relevan dengan kebutuhan saya.	/				
		2 Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan sangat kreatif.	/				
2	Penjualan Personal (personal selling)	3 Strategi penjualan personal yang efektif adalah memahami kebutuhan pelanggan.	/				
3	Promosi penjualan (sales promotion)	4 Promosi online melalui media sosial sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek.		/			
		5 Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	/				
4	Publisitas dan hubungan masyarakat (publicity and public relation)	6 Hubungan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa perusahaan.	/				
5	Informasi dari mulut ke mulut (word of mounth)	7 Teman dan keluarga adalah sumber informasi dari mulut ke mulut yang paling dapat dipercaya.		/			
		8 Informasi dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian	/				
6	Pemasaran Langsung (direct	9 Strategi pemasaran langsung yang efektif adalah menggunakan acara	/				

	marketing)		promosi.						
		10	Pemasaran langsung dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa.	/					

B. Penjualan (X)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga	1 Harga yang kompetitif sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	/				
		2 Harga yang rendah tidak selalu berarti kualitas yang rendah.	/				
		3 Harga yang sesuai dengan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian	/				
2	Promosi	4 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek	/				
		5 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat efektif dalam meningkatkan penjualan.	/				
		6 Promosi dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap suatu produk atau jasa	/				
3	Kualitas	7 Kualitas produk/jasa sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian	/				
		8 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk/jasa adalah kontrol kualitas yang dilakukan.	/				
4	Saluran Distribusi	9 Saluran distribusi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan penjualan	/				
		10 Saluran distribusi online sangat efektif dalam meningkatkan penjualan	/				

HASIL PENELITIAN

[illegible]

X8	Pearson Correlation	.127	.519**	.198	-.103	-.018	.072	-.025	1	.610**	.024	.489**
	Sig. (2-tailed)	.473	.002	.262	.563	.917	.686	.890		.000	.892	.003
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X9	Pearson Correlation	.161	.575**	.098	-.257	.183	.107	.026	.610**	1	-.111	.485**
	Sig. (2-tailed)	.362	.000	.580	.143	.301	.547	.886	.000		.532	.004
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X10	Pearson Correlation	.199	-.079	.310	.718**	.232	.337	.385*	.024	-.111	1	.589**
	Sig. (2-tailed)	.258	.655	.074	.000	.187	.052	.025	.892	.532		.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Skor_total	Pearson Correlation	.497**	.484**	.495**	.525**	.485**	.488**	.514**	.489**	.485**	.589**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.004	.003	.001	.004	.003	.002	.003	.004	.000	
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel Y

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total_skor
Y1	Pearson Correlation	1	.107	-.257	.026	.653**	.243	.107	.209	.289	.107	.477**
	Sig. (2-tailed)		.547	.143	.886	.000	.165	.547	.235	.098	.547	.004
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Y2	Pearson Correlation	.107	1	.183	-.035	.183	-.035	.183	.403*	.510**	.019	.516**

Y10	Pearson Correlation	.107	.019	.346*	.749**	.183	.553**	.183	-.054	-.144	1	.550**
	Sig. (2-tailed)	.547	.914	.045	.000	.301	.001	.301	.763	.416		.001
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Total skor	Pearson Correlation	.477**	.516**	.417*	.520**	.483**	.600**	.516**	.501**	.550**	.550**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.002	.014	.002	.004	.000	.002	.003	.001	.001	
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34

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

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

Sumber: Data diolah oleh peneliti dengan SPSS 25.

Hasil Uji Reabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.672	10

Sumber : Diolah oleh peneliti dengan SPSS 25.

Hasil Uji Reabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.684	10

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 25.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	108.607	1	108.607	86.166	.000 ^b

Residual	40.334	32	1.260		
Total	148.941	33			

a. Dependent Variable: Penjualan

b. Predictors: (Constant), Strategi Promosi

Correlations

		Strategi Promosi	Penjualan
Strategi Promosi	Pearson Correlation	1	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	34	34
Penjualan	Pearson Correlation	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	34	34

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

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.102	4.391		1.617	.116
	Strategi Promosi	.854	.092	.854	9.283	.000

a. Dependent Variable: Penjualan

DOKUMENTASI PENELITIAN













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@unias.ac.id

Gunungsitoli, 25 Mei 2024

Hal : Pengajuan Judul Rancangan penelitian

Kepada Yth. Bapak/Ibu Dosen
Pembimbing Akademik

Dengan hormat,

1. Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Teodor Denius Halawa

NIM : 2320267

Jumlah SKS yang telah diselesaikan : 133 SKS

Dengan ini mengajukan judul rancangan penelitian dan memohon kepada Bapak/Ibu

Kiranya dapat berkenan menyetujui salah satu judul yang saya ajukan dibawah ini:

No	Rancangan Judul Penelitian	Persetujuan	
		Tanggal	Paraf
1.	Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Pada UD. Tahu Nias.	25/05-2024	

Demikian permohonan ini saya ajukan dengan harapan semoga Bapak/Ibu dapat mempertimbangkannya.

Hormat saya
Pemohon

Teodor Denius Halawa



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

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelyarahua III, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://www.yptnias.ac.id> email: info@yptnias.ac.id

OUTLINE TOPIK PENELITIAN SKRIPSI

Nama : **TEODOR DENIUS HALAWA**
NIM : **232067**
Program : **Sarjana**
Program Studi : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi**

Tema	Promosi dan Iklan <i>PERHIMPUNAN MENINGKATKAN</i>
Judul	PENGARUH STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA PT. TAHU NIAS
Lokus	PT. Tahu Nias
Alamat	Kecamatan Hiliserangkai Kabupaten Nias
Latar Belakang Masalah	Persaingan yang kompetitif industri rumah tangga semakin tinggi, hal ini dilihat dari semakin banyaknya jumlah permintaan khususnya di wilayah Kabupaten Nias dan sekitarnya. Semakin banyaknya permintaan menyebabkan semakin dikembangkan di pasaran, sehingga konsumen memiliki pilihan yang lebih banyak, dan untuk mengarahkan konsumen agar menentukan pilihan produk yang sesuai dengan keinginan para produsen, maka peran promosi diperlukan. Kegiatan usaha kebutuhan rumah tangga diperlukan karena mengingat semakin tingginya kebutuhan masyarakat. Konsumen membutuhkan informasi untuk menyadari bahwa terdapat alternatif produk sehingga konsumen dapat membuat pilihan yang lebih baik. Promosi mungkin merupakan elemen yang paling nyata bagi konsumen. promosi adalah perluasan istilah untuk mendeskripsikan keseluruhan bidang dari komunikasi penjualan iklan, <i>personal selling</i>, promosi penjualan, dan <i>public relations</i>. Aktivitas-aktivitas tersebut akan menciptakan kesadaran konsumen akan suatu produk dan menambah pengetahuan mengenai produk tersebut (Rehman dan Ibrahim, 2019). PT. Tahu Nias adalah salah satu perusahaan yang terus melakukan pemasaran dalam rangka untuk terus bersaing di pasar, terus melakukan



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat: Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungaitoli, Kota Gunungaitoli
Homepage: <http://www.unnias.ac.id> Email: info@unnias.ac.id

berbagai kegiatan promosi untuk membantu meningkatkan volume penjualan produk makanan. Selama beberapa tahun berjalan, perusahaan ingin mengetahui bagaimanakah pengaruh dari promosi yang telah dilakukan tersebut terhadap volume penjualan. Hal ini diperlukan untuk melihat sejauh mana efektivitas promosi tersebut karena terkait dengan biaya yang dikeluarkan perusahaan. Posisi penelitian ini adalah sebagai perbandingan terhadap hasil penelitian-penelitian terdahulu mengenai efek promosi tertentu terhadap penjualan.

Pendekatan dari penelitian ini adalah, bahwa biaya promosi dapat mempengaruhi tingkat penjualan baik secara positif maupun negatif, artinya semakin besar biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan, maka penjualan pun akan semakin terpengaruh, baik meningkat atau sebaliknya. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pengaruh pelaksanaan promosi tersebut terhadap penjualan, (2) menganalisis efektivitas promosi oleh perusahaan, dan (3) memberikan rekomendasi kepada perusahaan terkait dengan strategi promosi yang efektif mengacu pada hasil penelitian.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Strategi Promosi ^{TERHADAP} ~~Dalam~~ ^{Peningkatan} Meningkatkan Penjualan Pada PT. Tahu Nias".

^{TERHADAP} ~~Peningkatan~~ ^{peningkatan}

Rumusan Masalah	Apakah ada Pengaruh Strategi Promosi Dalam ^{TERHADAP} Meningkatkan Penjualan Pada PT. Tahu Nias?
Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Strategi Promosi Dalam ^{TERHADAP} Meningkatkan Penjualan Pada PT. Tahu Nias
Tinjauan Pustaka	Dalam melaksanakan penelitian ini, ada beberapa landasan teori yang dapat memberikan pengertian dan pemahaman pada latar belakang judul yang dipilih oleh peneliti, sebagai berikut: 1. Pengertian Promosi Swasta dan Irawan (2018) dalam Susilo et al. (2018) mengungkapkan bahwa promosi adalah arus informasi atau persuasi searah yang dibuat



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat: Jalan Karet No. 30 Kedatuban Iir, Kec. Gunungpariti, Kota Gunungsitoli
Homepage: <http://www.unnias.ac.id>

	adalah suatu kegiatan memindahkan suatu barang ke tempat lain. Berdasarkan pada pendapat tersebut, memindahkan barang adalah kegiatan utama dalam perusahaan untuk mendapatkan keuntungan". Menurut Sunyoto (2019: 68) penjualan merupakan salah satu kegiatan pemasaran. Karena dengan adanya penjualan dapat menciptakan suatu proses pertukaran barang dan jasa antara penjual dan pembeli. Sedangkan menurut Suryana (2018: 76) penjualan berarti menyajikan barang agar konsumen menjadi tertarik dan melakukan pembelian. Penjualan dapat dilakukan dengan cara langsung dan mendatangi konsumen, melayani pesanan dan kontrak produksi agar pembeli tertarik membeli.
Kerangka Berpikir	Untuk lebih memudahkan peneliti dalam melaksanakan kegiatan penelitian ini, maka peneliti perlu merumuskan kerangka berpikir yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam mencari jawaban dan mengetahui situasi yang terjadi, sebagai berikut: Strategi Promosi (X) → Penjualan (Y)
Variabel Penelitian	Menurut Suryabrata (2018: 25), bahwa istilah variabel dapat diartikan bermacam-macam. Dalam penelitian ini variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Sering pula dinyatakan variabel penelitian itu sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti". Maka variabel Y dinamakan variabel dependen dan variabel X adalah variabel bebas. Sehingga variabel X (strategi promosi) yang merupakan variabel bebas dan variabel Y (penjualan) yang merupakan variabel dependen (terikat).
Metode Penelitian	1. Populasi Menurut Umar (2018: 77), bahwa "populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk



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

Alamat : Jalan Kabei No. 30 Kelurahan Ili, Kec. Gumatung, Kota Gumatung
Honekyang : 0901 2001 0000, 0901 2001 0001, 0901 2001 0002

dipilih menjadi anggota sampel”.

Dalam penulisan ini, yang menjadi populasinya adalah dan Karyawan PT. Tahu Nias dan pelanggan sebanyak 35 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi penulisan yang mewakili populasi tersebut. Dari populasi yang telah ditetapkan, peneliti mengambil sampel yang representatif artinya diwakili dan dapat mewakili keseluruhan populasi.

Menurut Arikunto (2016: 134), “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila subjek yang diteliti lebih dari 100 orang, maka dapat diambil 10 % sampai 15 % dari populasi. Selanjutnya jika subjek yang diteliti kurang dari 100 orang maka sampel adalah populasi”.

Berdasarkan pendapat di atas, maka sampel sebanyak jumlah populasi yaitu sebanyak 35 orang.

Metode Penelitian

Peneliti menetapkan bahwa jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif, dikarenakan penelitian ini penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara melakukan pengumpulan data yang memanfaatkan instrumen penelitian.

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk menungkap atau menjaring informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian yaitu menggunakan observasi, kuesioner dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara Angket (kuisoner), dimana angket akan disebarkan kepada para responden dan didalam angket terdapat 5 opsi pilihan jawaban yang dimana setiap opsi jawaban memiliki bobot.

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan (dalam Sugiyono, 2019) yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil



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

Alamat : Jalan Raret No. 30 Kelurahan Ilo, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Website: <https://yptn.unsida.ac.id> email: yptn@unsida.ac.id

	catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Teknik analisis data merupakan syarat mutlak bagi setiap penilaian yang berguna untuk menguji kebenaran yang telah dirumuskan sebelumnya. Untuk menganalisis data yang telah diperoleh maka peneliti menggunakan bantuan program komputer SPSS Versi 26 ditempuh langkah-langkah seperti: uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.
Daftar Pustaka	Daryanto. (2019). <i>Manajemen Pemasaran</i>. Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa. Suryana. (2018). <i>Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses</i>. Jakarta: Salemba Empat. Kasmir. (2019). <i>Manajemen Pemasaran</i>. Yogyakarta: Andi. Sugiyono. (2018). <i>Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D</i>. Bandung: Alfabeta. Sunyoto, D. (2019). <i>Marketing Strategy Top Brand Indonesia</i>. Yogyakarta: Andi. Tjiptono. Fandy. (2018). <i>Strategi Pemasaran</i>. Yogyakarta: Andi.

Disetujui Oleh:
Dosen Pembimbing

YUPITER MENDROFA, S.E., M.M.
NIDN. 0112078103

Gunungsitoli, Juni 2024

Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,

YUPITER MENDROFA, S.E., M.M.
NIDN. 0112078103

Judul berhasil diubah

NIM:

2320267

NAMA MAHASISWA:

TEODOR DENIUS HALAWA

PRODI:

Manajemen

JUDUL:

PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK PADA UD. TAHU NIAS

LOKUS:

PT. Tahu Nias

Dosen Pembimbing:

Yupiter Mendrofa, SE,MM

Konsentrasi:

Pemasaran

Tema:

Promosi dan Iklan (Produk UMKM)

Disusun Oleh

Riwayat Bimbingan Proposal

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	Proposal 24 Jul 2024 00:00:45	Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Tahu Nias File Skripsi	Jangan kirim semua, silahkan bimbingan per Bab ya, kirim dulu bab I. Tolong dirapikan penulisan dan sempurnakan permasalahan penelitian di Bab I. Terimakasih 25 Jul 2024 09:30:08
2	BAB I 25 Jul 2024 13:26:44	BAB I LATAR BELAKANG File Skripsi	Perbaiki Bab I. Sempurnakan Permasalahan penelitian (lebih detail lagi), sempurnakan Manfaat Penelitian (Manfaat Teoritis dan Praktis). Terimakasih. 25 Jul 2024 13:45:34

N O	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
3	BAB I 01 Aug 2024 10:08:42	LATAR BELAKANG File Skripsi	Perbaiki kembali bab I, susunlah pendahuluan dan perbaikan sistematika penulisan bab I (bisa di buku panduan). Terimakasih. 07 Aug 2024 11:58:12
4	Proposal Bab I 13 Aug 2024 08:41:36	Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Tahu Nias File Skripsi	ACC Bab I. Lanjutkan ke Bab II. Terimakasih. 14 Aug 2024 11:20:04
5	Proposal Bab II 15 Aug 2024 09:13:54	Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Tahu Nias File Skripsi	Perbaiki Bab II. Perbaiki tata penulisan. Terimakasih. 19 Aug 2024 12:46:43
6	Proposal Bab II 21 Aug 2024 23:21:46	Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Tahu Nias File Skripsi	ACC Bab 2. Lanjutkan ke Bab 3. Terimakasih. 23 Aug 2024 13:17:47
7	Proposal Bab III 26 Aug 2024 01:14:35	Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Tahu Nias File Skripsi	Perbaiki Bab 3. Datang bimbingan tata muka, bawa seluruh proposal penelitian. Terimakasih. 26 Aug 2024 14:29:59
8	Promosi dan Iklan 26 Mar 2025 21:34:04	Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nias File Skripsi	Buat dalam bentuk PDF Rancangan Penelitian. Terimakasih. 26 Mar 2025 23:00:28

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
9	Promosi dan Iklan <i>27 Mar 2025 12:02:42</i>	Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Tahu Nlas	ACC Rancangan Penelitian. Silahkan mendaftar Seminar Proposal. Terimakasih.

[File Skripsi](#)

27 Mar 2025 12:27:00

Selesai

Proses pembimbingan proposal ini telah selesai dan telah dilanjutkan pada tahapan selanjutnya.

LEMBAR PERSETUJUAN RANCANGAN PENELITIAN

Rancangan Penelitian diajukan oleh:

Nama : Teodor Denius Halawa

NIM : 2320267

Program : Sarjana

Program Studi : Manajemen

Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan
Produk Pada UD.Tahu Nias.

Telah di periksa dan disetujui untuk diseminarkan.

Dosen Pembimbing,



Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN. 1112078103

Gunungsitoli, Maret 2025

Plt. Ketua Prodi Manajemen,



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. Iir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA ACARA SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Pada hari ini Rabu tanggal enam belas bulan April tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Seminar Rancangan Penelitian bagi mahasiswa Universitas Nias :

Nama : **TEODOR DENIUS HALAWA**
NIM : 2320267
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Pada LTD, Talu Nias

Waktu Pelaksanaan : 08.00 wib-selesai

Susunan Dewan Pembimbing Dan Penelaah:

1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM.
(Pembimbing)
2. Otanius Laia, S.E., M.M.
(Penelaah)

1.
2.

Tanda Tangan

Rekapitulasi Nilai

Dewan Pembimbing Dan Penelaah	Total Nilai
1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM. (Pembimbing)	75
2. Otanius Laia, S.E., M.M. (Penelaah)	75
Total Nilai	150

Rata-rata nilai adalah 75

Gunungsitoli, 16 April 2025
Plt. Ketua Program Studi Manajemen.

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. Iir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA KETERANGAN SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nias
menerangkan bahwa :

Nama	: TEODOR DENIUS HALAWA
NIM	: 2320267
Jenjang Pendidikan	: Sarjana
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Pada UD. Tahu Nias

Telah menyelenggarakan seminar rancangan penelitian pada :

hari / tanggal	: Rabu, 16 April 2025
Pukul	: 08.00 wib-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, 16 April 2025
Plt. Ketua Program Studi Manajemen,

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

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

Yupiter Mendrofa, SE., MM.
NIDN. 0112078103



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

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

PERBAIKAN PROPOSAL PENELITIAN SKRIPSI

1. Mahasiswa

Nama : TEODOR DENIUS HALAWA

NIM : 2320267

Judul Penelitian : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan
Produk Pada UD. Tahu Nias

2. Materi Perbaikan

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
1.		Sepernakan kembali fenomena yang ada di latar belakang.
2.		Sepernakan kembali gambaran umum di latar belakang sesuai dengan karangan anda.
3.		Identifikasi Variabel / Masalah & tujuan kembali
4.		Metode dan populasi Populasi dan sampel anda dan dukung data dari latar belakang (data pendahuluan).
5.		Kegunaan & Sepernakan kembali.
6.		Daftar pustaka & Sepernakan kembali.
7.		Tata tulis & Sepernakan kembali.
8.		Pahami dan pelajari dengan baik.

Gunungsitoli, 16 April 2024

Dosen Pengelaaah,

Otanius Laia, S.E., M.M.
NIDN. 0127059501

LEMBARAN PERSETUJUAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Rancangan penelitian yang diajukan oleh :

Nama : Teodor Denius Halawa
NIM : 2320267
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan
Produk Pada UD. Tahu Nias

Telah diseminarkan dan disetujui untuk diteliti.

Gunungsitoli, Juni 2025

Dosen Penelaah



Otanius Laia, S.E., M.M
NIDN. 0127059501

Dosen Pembimbing



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

Ketua Prodi Manajemen



Reniwati Gulo, S.E., M.E
NUPTK. 283977467523026/2



**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

16 Juni 2025

Nomor : 836/UN11/PN.01.02/2025
Lampiran : 1 (set)
Perihal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Kepada Yth,
Pimpinan UD. Tahu Nias
di

Tempat

1. Dengan hormat, dalam rangka melengkapi data penelitian yang dilaksanakan oleh :
Nama : **TEODOR DENIUS HALAWA**
NIM : 2320267
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Sarjana (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Pada UD. Tahu Nias
Lokasi Penelitian : UD. Tahu Nias
Jadwal Penelitian : 16 Juni 2025 sampai selesai

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

2. Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasama diucapkan terima kasih.



Marta Magdalena Bate'e, S.E., M.M.
NIDN. 0111038208

Tembusan :

- Yth.
1. Rektor Universitas Nias (sebagai laporan)
 2. Warek Lingkup Universitas Nias
 3. Kepala LPPM Universitas Nias
 4. Ketua Program Studi Manajemen
 5. Peneliti yang bersangkutan (**TEODOR DENIUS HALAWA**)
 6. Arsip.

UD. TAHU NIAS

Jl. Nias Pengali Km. 12,3 Desa Hiliogola Ombulana Kecamatan Gunungsitoli Selatan

Perihal : Balasan Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Fakultas Nias
Di Kota Gunungsitoli

Sehubungan dengan surat tanggal 16 Juni 2025 perihal permohonan izin penelitian untuk penyusunan Skripsi Mahasiswa atas nama TEODOR DENIUS HALAWA dengan judul Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Pada UD. TAHU NIAS.

Kami Sampaikan beberapa Hal :

1. Pada dasarnya kami tidak keberatan, maka kami dapat mengizinkan pelaksanaan penelitian tersebut di tempat kami.
2. Izin melakukan penelitian diberikan untuk keperluan Akademik.
3. Waktu pengambilan data harus dilakukan di waktu hari kerja.

Gunungsitoli, 17 Juni 2025

Hormat Kami,
UD TAHU NIAS



Yeri Saputra Lase

UD. TAHU NIAS

Jl. Nias Tengah Km. 12,3 Desa Hiligodu Ombalata Kecamatan Gunungsitoli Selatan

Perihal : Keterangan Telah Selesai Melaksanakan Penelitian

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Veri Saputra Lase
Jabatan : Pemilik UD Tahu Nias
Nama Usaha : UD Tahu Nias
Alamat Usaha : Jl. Nias Tengah Km. 12,3 Desa Hiligodu Ombalata Kecamatan
Gunungsitoli Selatan

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Teodor Denius Halawa
NIM : 2320267
Program Studi : Manajemen
Universitas : Universitas Nias

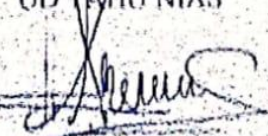
Telah selesai melaksanakan penelitian di UD Tahu Nias, terhitung mulai tanggal 17 Juni 2025 sampai dengan tanggal 17 Juli 2025. Penelitian yang dilakukan terkait dengan tugas akhir/skripsi dengan judul: " Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Pada UD. TAHU NIAS".

Selama pelaksanaan penelitian, yang bersangkutan telah menunjukkan sikap yang baik, sopan, dan menjalankan aktivitas penelitian sesuai dengan kesepakatan dan etika yang berlaku.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Gunungsitoli, 17 Juli 2025

Hormat Kami,
UD. TAHU NIAS


Veri Saputra Lase

NAMA MAHASISWA :
TEODOR DENIUS HALAWA

PRODI :
Manajemen

JUDUL :
PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK PADA UD. TAHU NIAS

LOKUS :
PT, Tahu Nias

Dosen Pembimbing :
Yupiter Mendrofa, SE,MM

Konsentrasi :
Pemasaran

Tema :
Promosi dan Iklan (Produk UMKM)

Ubah Judul

Riwayat Bimbingan Skripsi

N O	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	BAB I, BAB II, BAB III, BAB IV, BAB V 29 Jul 2025 20:25:46	BAB I = LATAR BELAKANG BAB II = LANDASAN TEORI BAB III = METODE PENELITIAN BAB IV = PEMBAHASAN DAN HASIL BAB V = KESIMPULAN DAN SARAN File Skripsi	Perbaiki Bab IV : Sempurnakan Analisis Hasil Teknik Analisa data, Sempurnakan Analisis pembahasan dan perbaiki tata penulisan. Perbaiki Bab V : Sempurnakan Kesimpulan dan Saran serta perbaiki tata penulisan. Pastikan Daftar Pustaka Buat Lampiran yang lengkap. Terimakasih. 31 Jul 2025 08:24:54
2	BAB I, BAB II, BAB III, BAB IV, V 01 Aug 2025 08:38:58	BAB I LATAR BELAKANG BAB II LANDASAN TEORI	Perbaiki Kembali Bab IV dan Bab V serta lampiran. Terimakasih.

N O	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
		BAB III METODE PENELITIAN BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL BAB V KESIMPULAN File Skripsi	01 Aug 2025 11:34:05
3	BAB IV, DAN BAB V 02 Aug 2025 15:49:37	BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL BAB V KESIMPULAN DAN SARAN File Skripsi	ACC Bab IV dan Bab V. Terimakasih 05 Aug 2025 09:52:56
4	BAB I, BAB II, BAB III, BAB IV, V 05 Aug 2025 08:47:29	Bab I Pendahuluan Bab II Landasan Teori Bab III Metode Penelitian Bab IV Hasil dan Pembahasan Bab V Kesimpulan dan Saran File Skripsi	ACC Skripsi. Silahkan mendaftar Ujian Skripsi. Terimakasih. 05 Aug 2025 09:54:04

Selesai

Proses pembimbingan skripsi ini telah selesai





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

Amfama - Jalan L. A. G. No. 10, Kelurahan Nias Kota, Kecamatan Nias Kota, Kabupaten Nias, Kota Gunungsitoli, Kepulauan Nias, 24152, Indonesia. Email: manajemen@unias.ac.id

PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Pada UD. Tahu Nias yang disusun oleh Teodor Denius Halawa dengan NIM 2320267 Program Studi Manajemen, telah dikoreksi dan direvisi oleh pembimbing, sehingga dapat dilanjutkan untuk Sidang Ujian Skripsi.

Gunungsitoli, Agustus 2025

Dosen Pembimbing,

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



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Rectorat Jalan Pancasila No. 10 Kota Gunungsitoli ☎ +626392620615 Nias - 22814
Homepage: <https://unias.ac.id> email: admin@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 445/UN06.01/TU.01.20/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Yupiter Mendrofa, S.E.,M.M**
NIDN : 0112078103
Pangkat/Golongan : Penata Tk.I /III/d
Jabatan : Plh. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nias

dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : **Teodor Denius Halawa**
NIM : 2320267
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK PADA UD. TAHU
NIAS

adalah benar telah melakukan pengecekan plagiarisme terhadap Skripsi mahasiswa tersebut di atas melalui aplikasi *Turnitin*, dan mendapat tingkat *Similarity* 18% dan tingkat *Artificial Intelligence (AI)* 0%, sehingga dinyatakan layak untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya sesuai dengan tahapan pada penyelesaian skripsi.

Gunungsitoli, 7 Agustus 2025

Plh. Kepala LPPM,

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

Tembusan:
1. Ketua Program Studi Manajemen
2. Mahasiswa an. **Teodor Denius Halawa**



**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

SURAT KETERANGAN LULUS MATA KULIAH

No: 986/UN.11.02/PP.09.01/2025

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

Nama : **TEODOR DENIUS HALAWA**
Nim : 2320267
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan produk
Pada UD. Tahu Nias

Bahwa yang bersangkutan dinyatakan lulus semua mata kuliah di Program Studi S-1 Manajemen. Untuk itu dimohon kiranya untuk ditertibkan transkrip nilai kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Atas kerjasama yang baik di ucapkan terimakasih.

Gunungsitoli, 8 Agustus 2025
Ketua Program Studi Manajemen,

Heniwati Gulo, S.E., M.E
NUPTK: 2839774675230262



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

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://uniniasnias.ac.id/enrol>

Gunungsitoli, 13 Agustus 2025

Hal : **Permohonan Ujian Skripsi**
Lampiran : dua Berkas
Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
c.q. Ketua Program Studi Manajemen
Jalan Karet No.30 Kel. Ilir, Kec. Gunungsitoli - Kota Gunungsitoli

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Teodor Denius Halawa**
NIM : 2320267
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 Kesiapan Menghadiri Ujian Skripsi
3. Bukti Skripsi Telah Melewati Cek *Plagiat* Dari LPPM
4. Surat Keterangan Bebas Matakuliah
5. Surat Pengesahan Skripsi yang di tandangani oleh Pembimbing
6. Surat Keterangan Telah Berakhir Meneliti Dari Tempat Penelitian
7. Surat Pernyataan Keaslian Skripsi Yang Di Tandatangi Oleh Mahasiswa
Diatas Meterai 10.000
8. Menggandakan *Hardcopy* Skripsi Yang Telah di Jilid Sebanyak 3 (Tiga)
Rangkap
9. Riwayat Bimbingan SKRIPSI di SIMAT Dari Dosen Pembimbing
10. Menunjukkan KRS/KHS Asli Semester 1 Sampai Terakhir
11. Fotokopi KHS Terakhir
12. Trankrip Nilai Sementara Dari SIMAT
13. Slip Pembayaran Uang Kuliah Terakhir
14. Map Merah 3 Buah

Atas perhatian Bapak/Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya
Pemohon,

Teodor Denius Halawa
NIM. 2320267

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



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

Bekitarat Pagarakan No. 10 Gunungsitoli ■ telp. 09072201833 Fax. 09072201834
Homepage: <http://www.universitasnias.ac.id>

Hal : Kesiediaan 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 : **Teodor Denius Halawa**

NIM : 2320267

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan
Produk Pada UD. Tahu Nias.

Dengan ini menyatakan bahwa saya bersedia menghadiri sidang skripsi pada waktu yang telah ditetapkan.

Gunungsitoli, 19 Agustus 2025

Hormat saya

Teodor Denius Halawa
NIM. 2320267



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

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungaitoli, Kota Gunungaitoli
Homepage: <https://unij.unias.ac.id> email: mailto:unias.ac.id

13 Agustus 2025

Nomor : 1072/UN11.02/PP.08.03/2025
Lampiran : 1 Set
Hal : Pelaksanaan Sidang Skripsi
atas nama **TEODOR DENIUS HALAWA**

Kepada Yth.

- | | |
|----------------------------------|------------|
| 1. Otanius Laia, S.E., M.M | Penguji I |
| 2. Faka Solala Zebua, S.E., M.Ak | Penguji II |
| 3. Yupiter Mendrofa, S.E., M.M. | Pembimbing |

di Gunungaitoli

Selubungan dengan pelaksanaan sidang skripsi mahasiswa:

Nama : **TEODOR DENIUS HALAWA**
NIM : 2320267
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Pada UD. Tahu Nias

diharapkan kehadiran Bapak/ibu pada acara dimaksud yang diselenggarakan:

hari/tanggal : Jumat, 15 Agustus 2025
pukul : 10.00 Wib s/d selesai
tempat : Ruang 8

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

Kaprodi Manajemen

Heniwati Gulo, S.E., M.E
NUPTK. 2839774675230262

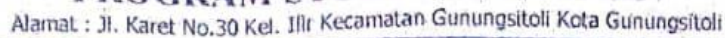
Tembusan disampaikan kepada

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

*NB. Diharapkan kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing/Penguji berpakaian rapi, khusus untuk Bapak Dosen
disejajarkan memakai kemeja non batik pakai dasi*



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



Otanus Laia, S.E., M.M
NIDN. 0127059501



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 : TEODOR DENIUS HALAWA

NIM : 2320267

Judul Penelitian : Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Pada
UD. Tahu Nias

2. Materi Perbaikan

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
	ii	Halaman lampiran dibuatkan nomor.
	3.	Menyusun biaya promosi terlebih, Penempatan tujuan penelitian dirapikan.
	4.	Identifikasi masalah di lihat / dibaca / dianalisis kembali
	18	Indikator Strategi promosi klo bisa tidak di singgung lagi. km memicu pertanyaan
	11	ingat turunin.
	30.	teknik pengumpulan sampel diperjelas?
	58.	Jolung dirapikan spasi
	61.	Ditertakan Saram u/ penelitian selanjutnya, dan
	lampiran	dilampirkan data penelitian, dan hasil spss.
	40.	uji validitas, bandingkan dgn R- tabel. - / Perming.

Gunungsitoli, 15 Agustus 2025

Dosen Penguji II

Fakta Solala Zebua, S.E., M.Ak
NUPTK. 6935772673130342

BIODATA PENULIS



Teodor Denius Halawa, yang sehari-harinya dipanggil “Teo” lahir di Balodano 9 Maret 1999. Penulis menempuh pendidikan Sekolah dasar, dimulai dari SDN 071193 Sifaoro'asi dan menyelesaikan pada tahun 2014. Setelah menamatkan Pendidikan dasar, kemudian melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 03 Huruna dinyatakan lulus pada tahun 2017. Usai menyelesaikan jenjang SMP, kemudian meneruskan pendidikan di Tingkat kejuruan dengan bersekolah di SMK Swasta Kristen bnkp Gunungsitoli, dan berhasil menuntaskan studi pada tahun 2020. Kemudian pada tahun 2020 atas doa dan dukungan orang tua beserta keluarga penulis melanjutkan Pendidikan disalah satu perguruan tinggi yang ada di Kepulauan Nias, yakni STIE PEMBNAS NIAS atau yang sekarang telah berdiri menjadi sebuah UNIVERSITAS NIAS. Adapun program studi yang diambil adalah Pendidikan Strata Satu (S-1) di bidang Manajemen Fakultas Ekonomi.

Pada tahun 2025, untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana di Universitas Nias, kemudian melakukan penelitian untuk penyusunan tugas akhir. Walaupun dengan begitu banyak rintangan yang dihadapi namun berikutnya atas kehendak Tuhan, pada tanggal 15 Agustus dinyatakan LULUS dan berhak mendapatkan gelar sarjana, setelah mengikuti serangkaian proses pengujian baik dari Ujian Seminar Proposal dan Ujian Meja Hijau. Selama menempuh Pendidikan di Universitas Nias, banyak pengalaman dan ilmu yang diperoleh baik dari sisi akademis maupun non akademis. Semoga kedepan dapat melanjutkan Pendidikan kejenjang berikutnya.