

# LAMPIRAN

# Lampiran 1

## Surat Izin Usaha



**PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA**  
**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO**  
**NOMOR INDUK BERUSAHA: 2111230112494**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- |  |  |
|--|--|
| 1. Nama Pelaku Usaha                                     | : ANDI RESTI MASYITA   |
| 2. Alamat  | : JL. TIDUNG 09 STP .03NO.92, Desa/Kelurahan Mappala, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan |
| 3. Nomor Telepon Seluler                                 | : +  |
| Email  | : resticita16@gmail.com  |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran   |
| 5. Skala Usaha   | : Usaha Mikro  |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporkan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Khusus untuk KBLI dengan klasifikasi risiko rendah sebagaimana terlampir, NIB merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 21 November 2023

**Menteri Investasi/  
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 21 November 2023

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSrE-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



## Lampiran 2

### Verbatim Wawancara Pra Penelitian

Nama Responden : Andi Resti Masyita

Jabatan : Owner Cif Chicken

Penanya	Informan
Berdasarkan hasil observasi peneliti, usaha kakak memiliki ekspansi bisnis yang sudah cukup luas dengan cakupan pasar yang telah beredar di berbagai tempat di Kota Makassar. Apakah yang menjadi keunggulan dan pembeda Cif Chicken dibandingkan usaha sejenis lainnya yang sekaligus menarik minat beli pelanggan?	Cif Chicken merupakan resto <i>fried chicken</i> yang menyajikan berbagai macam varian saos yang <i>tagline</i> nya <i>chicken sauce expert</i> dimana Cif Chicken menyajikan saos dengan tingkat level kepedasan 0-10. Cif Chicken juga mempunyai banyak varian seperti varian nasi, <i>snack</i> berupa <i>french fries</i> , <i>pom pom potato</i> , dan <i>side dish</i> berupa <i>sweet churros</i> . Jadi orang yang berkunjung di Cif Chicken bisa sekaligus makan karena lengkap dari <i>dessert</i> , <i>main course</i> , dan appetizer untuk <i>snack</i> pendamping makannya. Jadi <i>one stop eating</i> lah yang menjadi pembeda atau keunggulan dari Cif Chicken dengan bisnis sejenis lainnya.
Apa saja keunggulan produk yang ditawarkan?	Keunggulan produk sendiri seperti yang saya jelaskan sebelumnya adalah pilihan saos yang lengkap, lengkap dengan berbagai potongan ayam, <i>chicken wings</i> , <i>fried chicken original</i> , <i>chicken salt</i> , menu gober (goreng bakar), sehingga dikatakan terdapat banyak sekali produk yang disediakan, yang tentunya dari segi rasa, tampilan, dan desain <i>packing-an</i> yang menarik sehingga dari sisi pemasaran dapat menarik konsumen pasar.
Apa yang menjadi prinsip utama Cif Chicken dalam memberikan pelayanan prima bagi para pelanggan?	Kita mengutamakan prinsip tepat waktu dan tidak membiarkan pelanggan menunggu lama, sehingga Cif Chicken melatih pelayan atau kasir untuk menerapkan 3S salam, sapa, dan senyum untuk pelanggan. Cif Chicken juga menyediakan layanan <i>customer service</i> untuk pelanggan yang produknya ada yang salah atau kurang melalui garansi dan pengiriman ulang produk yang diganti.
Dalam melakukan kegiatan pemasaran, bagaimana Cif Chicken memasarkan dan mempromosikan bisnis?	Untuk kegiatan pemasaran kami melakukan sesuai strategi yang kami punya yaitu <i>hiring content creator</i> , <i>hiring digital marketing</i> seperti desainer flyer atau foto untuk keperluan. Kami juga rutin untuk foto produk, <i>endorsement</i> kepada selebgram, <i>food reviewer</i> , dan mengadakan promo rutin bulanan seperti promo spesial ramadhan di waktu buka dan juga sahur.
Apakah Cif Chicken menerapkan program kerjasama antar pihak lain	Untuk menerapkan program kerja sama atau pesan banyak dengan pihak lain,

<p>(seperti pesan banyak, paket ulang tahun, dll) jika iya, sejauh ini sudah berapa banyak kisanan pihak lain yang ikut bekerja sama?</p>	<p>sebenarnya kami tidak mempunyai vendor/pihak kedua/pihak ketiga untuk pesanan banyak. Rata-rata pelanggan kami langsung datang ke outlet untuk <i>order</i> banyak seperti jumat berbagi, paket ulang tahun, jadi untuk menerapkan program kerjasama pihak lain sepertinya tidak ada melainkan <i>customer</i> langsung yang datang untuk pesan.</p>
<p>Seperti apa konsep dan keunggulan yang diberikan setiap cabang Cif Chicken untuk menarik minat beli? apakah konsep yang digunakan sama antar cabang karena memiliki ketentuan tertentu?</p>	<p>Dari segi konsep untuk segi <i>outdoor</i> ataupun desain interiornya kami sama ratakan sehingga ada ciri khas sendiri dari segi logo, interior, eksterior seperti warna cat dan lain-lain. Konsep yang digunakan setiap cabang disamakan supaya kami memiliki <i>brand additivity</i> yang kuat di pasar.</p>
<p>Dalam operasional Cif Chicken sejauh ini, apa kebutuhan dan permasalahan yang paling umum terjadi dan menjadi fokus Cif Chicken untuk saat ini? misalnya seperti pada publikasi informasi, kemasan, pengembangan bisnis, pemasaran, promosi dll.</p>	<p>Dalam operasional, untuk publikasi informasi Cif Chicken akan terus memberikan penyampaian yang luas untuk mencakup <i>market</i> yang lebih luas lagi agar masyarakat lebih mengenal lagi Cif Chicken, permasalahannya kami masih merancang strategi <i>marketing</i> untuk lebih mencakup area luas lagi, yang saat ini dilakukan melalui penambahan cabang ataupun memperkuat dari sisi <i>endorsement</i> dan juga pelayanan. Untuk kemasan, Cif Chicken rutin setiap tahun mengganti desain <i>packaging</i>. Untuk pengembangan bisnis, dari segi owner, manager dan kepala outlet masing-masing kami wajibkan untuk belajar dari segi <i>research and developmentnya</i>, mengelola karyawan, dan dapat menangani outlet dengan baik, merangkul staff dapur agar bekerja dengan maksimal sehingga meminimumkan kesalahan. Untuk pemasaran dan promosi seperti yang saya katakan sebelumnya kami masih berusaha merancang strategi marketing yang dapat menjangkau masyarakat lebih luas.</p>

### Lampiran 3

#### Pedoman Wawancara Pihak Internal

No	Indikator	Pertanyaan
1	<i>Unique selling proposition</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Metode atau strategi penjualan apa yang saat ini digunakan CIF Chicken?</li> <li>2. Apakah CIF Chicken memiliki strategi yang berbeda (kreatif) dari strategi umum yang digunakan mayoritas kompetitor?</li> <li>3. Jika iya, apa yang menjadi pembeda dan keunggulan strategi tersebut?</li> <li>4. Sejauh ini, apakah strategi kreatif tersebut memberikan dampak yang signifikan terhadap penjualan produk CIF Chicken?</li> <li>5. Dalam mewujudkan strategi tersebut, metode penjualan apa yang diterapkan CIF Chicken?</li> <li>6. Bagaimana menurut anda metode penjualan yang unik?</li> </ol>
2	<i>Favorability</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah metode penjualan yang digunakan saat ini memberikan keuntungan atau kesenangan bagi konsumen?</li> <li>2. Jika iya, bagaimana anda mendeskripsikan kesenangan dan keuntungan yang dimaksud?</li> </ol>
3	<i>Believability</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa klaim yang ditawarkan CIF Chicken kepada konsumen saat ini?</li> <li>2. Apakah menurut anda suatu pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel?</li> <li>3. Mengapa kredibilitas dalam sebuah penawaran harus diperhatikan?</li> <li>4. Seperti apa bentuk pernyataan yang menurut anda tidak kredibel?</li> </ol>
4	<i>Distinctiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa keistimewaan dan keunikan strategi penjualan yang digunakan saat ini?</li> <li>2. Apakah strategi tersebut merupakan strategi yang jarang atau belum digunakan beberapa kompetitor?</li> </ol>
5	<i>Compatibility</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah menurut anda kesesuaian harapan dan pengalaman konsumen dalam memperoleh produk penting untuk diperhatikan?</li> <li>2. Jika iya, bagaimana CIF Chicken menyesuaikan hal tersebut?</li> </ol>
6	<i>Attractiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa daya tarik dari metode penjualan yang saat ini digunakan CIF Chicken?</li> <li>2. Apakah yang disorot dari daya tarik tersebut? misalnya manfaat produk, keunggulan bisnis, dll.</li> </ol>
7	Desain komunikasi visual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah CIF Chicken memanfaatkan media cetak sebagai strategi pemasarannya?</li> <li>2. Jika iya atau tidak, mengapa demikian?</li> <li>3. <i>Booklet</i> merupakan salah satu media cetak yang digunakan sebagai strategi pemasaran, menurut anda dalam menciptakan atau membuat suatu media penjualan berbentuk media cetak, apa saja informasi yang harus di masukkan?</li> </ol>

		<ol style="list-style-type: none"><li>4. Apakah menurut anda penggunaan indikator dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan?</li><li>5. Terdapat indikator desain komunikasi visual yang digunakan seorang desainer agar menghasilkan komposisi desain yang estetik, harmonis, komunikatif dan menyenangkan untuk dinikmati audiens berupa garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma. Bagaimana pendapat anda terhadap indikator tersebut?</li></ol>
--	--	---

## Lampiran 4

### Pedoman Wawancara Pihak Eksternal

No	Indikator	Pertanyaan
Apakah anda termasuk pelanggan yang telah berbelanja lebih dari 1 kali?		
1	<i>Unique selling proposition</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah metode penjualan mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?</li> <li>2. Seperti apa metode penjualan yang menurut anda dapat memotivasi dan mempengaruhi keputusan pembelian?</li> <li>3. Bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan anda dalam membeli produk?</li> </ol>
2	<i>Favorability</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pernahkah anda merasa senang atau untung saat membeli suatu produk dari metode penjualan tertentu?</li> <li>2. Seperti apa metode penjualan yang dapat memberikan kesenangan dan keuntungan bagi anda selaku calon pelanggan?</li> <li>3. Bagaimana anda mendeskripsikan perasaan senang dan untung yang dirasakan?</li> <li>4. Apakah kesenangan atau keuntungan yang diperoleh dari suatu metode penjualan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?</li> </ol>
3	<i>Believability</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah menurut anda suatu pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel?</li> <li>2. Mengapa kredibilitas dalam sebuah penawaran harus diperhatikan?</li> <li>3. Seperti apa bentuk pernyataan yang menurut anda tidak kredibel?</li> <li>4. Bagaimana tanggapan atau respon anda jika menemukan klaim atau pernyataan yang tidak kredibel?</li> </ol>
4	<i>Distinctiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah metode penjualan yang unik dan berbeda dari perusahaan lain mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?</li> <li>2. Bagaimana perbedaan dan keunikan tersebut, seperti apa spesifikasinya?</li> <li>3. Sejauh ini penawaran unik seperti apa yang pernah anda temui?</li> </ol>
5	<i>Compatibility</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah kesesuaian harapan dan pengalaman dalam memperoleh suatu produk mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?</li> <li>2. Menurut anda, bagaimana dan seperti apa bentuk metode penjualan yang efektif dalam memenuhi ekspektasi atau harapan anda sebagai konsumen?</li> </ol>
6	<i>Attractiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah anda pernah tertarik atau terangsang terhadap produk karena metode atau media penjualan yang digunakan?</li> <li>2. Sejauh ini, metode penjualan apa yang telah memberikan anda sebuah daya tarik dan rangsangan dalam memperoleh produk?</li> </ol>

		3. Seperti apa daya tarik yang dirasakan dari metode tersebut?
7	Desain komunikasi visual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah anda pernah menemui suatu metode penjualan yang memanfaatkan media cetak?</li> <li>2. Bagaimana pendapat anda terkait metode penjualan melalui media cetak?</li> <li>3. <i>Booklet</i> merupakan salah satu media cetak yang digunakan sebagai strategi pemasaran, menurut anda dalam mendukung keputusan pembelian terhadap produk melalui media cetak, apa saja informasi yang harus calon pelanggan temukan?</li> <li>4. Apakah menurut anda penggunaan indikator garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan?</li> <li>5. Seperti apa spesifikasi terbaik dari indikator tersebut?</li> </ol>

## Lampiran 5

### Pedoman Wawancara Analisis Dampak


NO	INDIKATOR	PERTANYAAN
1		Apakah anda termasuk masyarakat yang mengkonsumsi <i>fast food</i> ?
2		Apakah anda tergolong menyukai <i>fast food crispy chicken</i> ?
3		Apakah anda mengenal atau pernah mendengar Cif Chicken?
4		Dari mana anda mengenal Cif Chicken?
5		Apakah anda salah satu pelanggan dari Cif Chicken?
6		Dimana anda memperoleh atau membeli produk Cif Chicken?
7		Apakah anda termasuk pengguna Instagram?
8		Apakah anda mengetahui Instagram dari Cif Chicken?
9		Pernahkah anda melihat menu pada Instagram Cif Chicken sebelum berbelanja?
10		Jika iya, melalui apa? Apakah melalui postingan <i>feed</i> , <i>ig story</i> , sorotan, atau pada link yang tertera pada deskripsi akun Instagram?
11		Apakah katalog/ <i>booklet</i> yang tertera membantu anda dalam memperoleh informasi?
12	Sensing Capability	Apakah menurut anda katalog/ <i>booklet</i> tersebut telah memenuhi kebutuhan pasar dengan memanfaatkan peluang teknologi informasi? Mengapa demikian?
13		Apakah menurut anda katalog/ <i>booklet</i> tersebut mampu memenuhi kebutuhan anda sebagai pelanggan? Mengapa demikian?
14	Seizing Capability	Apakah menurut anda katalog/ <i>booklet</i> tersebut telah tepat menjadi media publikasi informasi Cif chicken? Mengapa demikian?
15		Apakah publikasi katalog/ <i>booklet</i> tersebut telah tepat disisipkan pada akun Instagram? Mengapa demikian?
16	Reconfiguring Capability	Apakah menurut anda katalog/ <i>booklet</i> tersebut memudahkan Cif Chicken dalam menyebarkan informasi? Mengapa demikian?
17		Apakah menurut anda adanya katalog/ <i>booklet</i> tersebut mengefektifkan dan mengefisiensikan penggunaan sumber daya Cif Chicken? Mengapa demikian?

## Lampiran 6

### Verbatim Wawancara Penelitian

**Nama Responden : Andi Resti Masyita**

**Jabatan : Owner Cif Chicken**


<b>Dokumentasi</b>		
<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
1	Metode atau strategi penjualan apa yang saat ini digunakan Cif Chicken?	Kalau untuk strategi penjualan produk kita saat ini kita lebih fokus membangun brand awareness
2	Apakah Cif Chicken memiliki strategi yang berbeda (kreatif) dari strategi umum yang digunakan mayoritas kompetitor?	Iya
3	Jika iya, apa yang menjadi pembeda dan keunggulan strategi tersebut?	Menurut saya membangun brand awareness itu penting dan termasuk sebagai pembeda karena kita memang fokus membangun citra merek dan mempositioningkan produk kita ke pelanggan
4	Sejauh ini, apakah strategi kreatif tersebut memberikan dampak yang signifikan terhadap penjualan produk Cif Chicken?	Tentu saja membangun brand awareness memberikan dampak signifikan pada penjualan
5	Dalam mewujudkan strategi tersebut, metode penjualan apa yang diterapkan Cif Chicken?	Untuk mewujudkan citra merek pada benak pelanggan kita adakan beberapa promo rutin pada hari hari tertentu misalnya saat ini itu kita adakan promo setiap hari minggu dengan buy 1 get 1 untuk pembelian 4 pcs chicken wings yang kita namakan Sunday is wings day dan kita juga mengadakan promo loyalitas dengan memberikan free menu untuk penukaran 10 struk pembelian
6	Bagaimana menurut anda metode penjualan yang unik?	Metode yang dapat menarik minat beli pelanggan
7	Apakah metode penjualan yang digunakan saat ini memberikan keuntungan atau kesenangan bagi konsumen?	Tentu saja bahkan promo rutin yang kita adakan jadi hal yang ditunggu-tunggu pelanggan di setiap minggunya
8	Jika iya, bagaimana anda mendeskripsikan kesenangan dan keuntungan yang dimaksud?	Mereka menjadi antusias menunggu hari hari promo

9	Apa klaim yang ditawarkan CIF Chicken kepada konsumen saat ini?	Chicken Souce Expert
10	Apakah menurut anda suatu pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel?	Harus
11	Mengapa kredibilitas dalam sebuah penawaran harus diperhatikan?	Karena klaim yang kita tawarkan itu harus kita pertanggung jawabkan dan menjadi janji bagi mereka
12	Seperti apa bentuk pernyataan yang menurut anda tidak kredibel?	Yang jauh dari realita
13	Apa keistimewaan dan keunikan strategi penjualan yang digunakan saat ini?	Keistimewaaan dan keunikannya itu kita adakan memang pada setiap hari-hari spesial dan kita kemas dengan nama yang menarik
14	Apakah strategi tersebut merupakan strategi yang jarang atau belum digunakan beberapa kompetitor?	Kalau metode promo nya mungkin sering mi dijumpai tapi untuk penawarannya menurutku masih jarang yang kayak promo rutin hari ahad dan promo loyalitas yang saya bilang tadi
15	Apakah menurut anda kesesuaian harapan dan pengalaman konsumen dalam memperoleh produk penting untuk diperhatikan?	Tentu saja menurut saya <i>customer experience</i> sangat mempengaruhi jalannya operasional suatu bisnis
16	Jika iya, bagaimana CIF Chicken menyesuaikan hal tersebut?	Kita selalu memberikan pelayanan terbaik pada offline store
17	Apakah daya tarik dari metode penjualan yang saat ini digunakan CIF Chicken?	Daya tariknya mungkin dari rutinnnya diadakan
18	Apakah yang disorot dari daya tarik tersebut? misalnya manfaat produk, keunggulan bisnis, dll.	Daya tariknya itu diperoleh melalui promo yang rutin diadakan sehingga menciptakan keunggulan bisnis tersendiri
19	Apakah CIF Chicken memanfaatkan media cetak sebagai strategi pemasarannya?	Sejauh ini belum, mungkin hanya display selemba menu pada sosial media
20	Jika iya atau tidak, mengapa demikian?	Bukannya tidak, kita hanya belum mengarah kesana karena masih fokus membangun citra kami pada pelanggan seperti melalui endorsment dll
21	<i>Booklet</i> merupakan salah satu media cetak yang digunakan sebagai strategi pemasaran, menurut anda dalam menciptakan atau membuat suatu media penjualan berbentuk media cetak, apa saja informasi yang harus di masukkan?	Yang harusnya dicantumkan pada penjualan itu umumnya tentu saja informaaai produk, terlebih harga dan keunggulan yang kita tawarkan
22	Apakah menurut anda penggunaan indikator dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan?	Iya itu juga penting
23	Terdapat indikator desain komunikasi visual yang digunakan seorang desainer agar menghasilkan komposisi desain yang estetik, harmonis, komunikatif dan menyenangkan untuk dinikmati audiens berupa garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma. Bagaimana	Memang sebuah indikator penting diterapkan dalam menyusun sebuah desain apalagi desain visual yang menargetkan indra penglihatan, jadi menurut saya hal tersebut harus disusun dengan detail tapi tentu saja harus juga sesuai dengan karakter bisnis kita

	pendapat anda terhadap indikator tersebut?	
--	--	--

**Nama Responden : Sefti**


**Jabatan : Karyawan Cif Chicken**

Dokumentasi		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Metode atau strategi penjualan apa yang saat ini digunakan Cif Chicken?	Setauku itu penjualannya dilakukan di offline store sama beberapa ojol sama social media
2	Apakah Cif Chicken memiliki strategi yang berbeda (kreatif) dari strategi umum yang digunakan mayoritas kompetitor?	Kurang tau ka detailnya dek tapi paling itu kita lebih pakai media sosial untuk promosi
3	Jika iya, apa yang menjadi pembeda dan keunggulan strategi tersebut?	Bisa jangkau lebih banyak orang toh kalau kita pakai itu
4	Sejauh ini, apakah strategi kreatif tersebut memberikan dampak yang signifikan terhadap penjualan produk Cif Chicken?	Iye karena ada promo yang diadakan di beberapa hari dan setiap itu hari biasa banyak orang
5	Dalam mewujudkan strategi tersebut, metode penjualan apa yang diterapkan Cif Chicken?	Itumi tadi menjual lebih banyak lewat promosi
6	Bagaimana menurut anda metode penjualan yang unik?	Yang bagus mungkin
7	Apakah metode penjualan yang digunakan saat ini memberikan keuntungan atau kesenangan bagi konsumen?	Iye
8	Jika iya, bagaimana anda mendeskripsikan kesenangan dan keuntungan yang dimaksud?	Bisa dapat produk dengan harga harga lebih murah
9	Apa klaim yang ditawarkan Cif Chicken kepada konsumen saat ini?	Kalau klaim itu mungkin kayak tagline di', disini itu kita pakai chicken sauce expert
10	Apakah menurut anda suatu pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel?	Iye harus jujur
11	Mengapa kredibilitas dalam sebuah penawaran harus diperhatikan?	Supaya tidak lari konsumenta
12	Seperti apa bentuk pernyataan yang menurut anda tidak kredibel?	Iye yang melebih-lebihkan
13	Apa keistimewaan dan keunikan strategi penjualan yang digunakan saat ini?	Mudah ki ambil hatinya konsumen
14	Apakah strategi tersebut merupakan strategi yang jarang atau belum digunakan beberapa kompetitor?	Kalau itu saya kurang tau di tempat lain ada atau tidak itu promo

15	Apakah menurut anda kesesuaian harapan dan pengalaman konsumen dalam memperoleh produk penting untuk diperhatikan?	Harus itu
16	Jika iya, bagaimana CIF Chicken menyesuaikan hal tersebut?	Kita ditraining dari awal kasi pelayanan baik kepada konsumen apalagi kalau ada kesalahan pasti kita dimintai tanggung jawab dengan kasi penawaran yang kasi untung sebagai minta maaf sama dia
17	Apa daya tarik dari metode penjualan yang saat ini digunakan CIF Chicken?	Banyak potongannya
18	Apakah yang disorot dari daya tarik tersebut? misalnya manfaat produk, keunggulan bisnis, dll.	Manfaat produk kita tawarkan pakai harga murah
19	Apakah CIF Chicken memanfaatkan media cetak sebagai strategi pemasarannya?	Kayaknya belum ada
20	Jika iya atau tidak, mengapa demikian?	Kalau itu tidak taumi dek karena saya karyawanja
21	<i>Booklet</i> merupakan salah satu media cetak yang digunakan sebagai strategi pemasaran, menurut anda dalam menciptakan atau membuat suatu media penjualan berbentuk media cetak, apa saja informasi yang harus di masukkan?	Detail menu sama harganya
22	Apakah menurut anda penggunaan indikator dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan?	Kurang paham ka dek
23	Terdapat indikator desain komunikasi visual yang digunakan seorang desainer agar menghasilkan komposisi desain yang estetik, harmonis, komunikatif dan menyenangkan untuk dinikmati audiens berupa garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma. Bagaimana pendapat anda terhadap indikator tersebut?	Kalau untuk desainnya pasti penting itu

Nama Responden :Zahra

Jabatan :Karyawan Cif Chicken

Dokumentasi		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Metode atau strategi penjualan apa yang saat ini digunakan Cif Chicken?	Penjualan online sama offline
2	Apakah Cif Chicken memiliki strategi yang berbeda (kreatif) dari strategi umum yang digunakan mayoritas kompetitor?	Mungkin bisa dibilang kreatif itu kalau diskon diskon apalagi yang pelanggan tetap
3	Jika iya, apa yang menjadi pembeda dan keunggulan strategi tersebut?	Kita jaga hubungan dengan pelanggan yang selalu belanja sama kita
4	Sejauh ini, apakah strategi kreatif tersebut memberikan dampak yang signifikan terhadap penjualan produk Cif Chicken?	Iya karena datang terus
5	Dalam mewujudkan strategi tersebut, metode penjualan apa yang diterapkan Cif Chicken?	Diskon atau free menu kalau dikumpul struk pembelajarannya
6	Bagaimana menurut anda metode penjualan yang unik?	Yang menarik sama kurang orang pakai
7	Apakah metode penjualan yang digunakan saat ini memberikan keuntungan atau kesenangan bagi konsumen?	Iya mereka untung
8	Jika iya, bagaimana anda mendeskripsikan kesenangan dan keuntungan yang dimaksud?	Untung karena dengan kumpulkan ji struk bisami dapat free menu atau potongan harga dari normal
9	Apakah klaim yang ditawarkan Cif Chicken kepada konsumen saat ini?	Berbagai jenis ayam dengan banyak pilihan saos
10	Apakah menurut anda suatu pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel?	Kalau dapat dipercaya harus itu
11	Mengapa kredibilitas dalam sebuah penawaran harus diperhatikan?	Supaya pelanggan bisa datang kembali
12	Seperti apa bentuk pernyataan yang menurut anda tidak kredibel?	Misalnya kayak bisa gabung saos tapi tidak dicantumkan bahwa ada penambahan biayanya
13	Apakah keistimewaan dan keunikan strategi penjualan yang digunakan saat ini?	Bisaki ikat pelangganta
14	Apakah strategi tersebut merupakan strategi yang jarang atau belum digunakan beberapa kompetitor?	Setauku adaji tapi paling itu berlakunya beberapa waktu di tempat lain

15	Apakah menurut anda kesesuaian harapan dan pengalaman konsumen dalam memperoleh produk penting untuk diperhatikan?	Penting
16	Jika iya, bagaimana CIF Chicken menyesuaikan hal tersebut?	Selaluki kasi pelayanan yang baik pada offline store
17	Apa daya tarik dari metode penjualan yang saat ini digunakan CIF Chicken?	Kualitas bagus tapi harga terjangkau
18	Apakah yang disorot dari daya tarik tersebut? misalnya manfaat produk, keunggulan bisnis, dll.	Harga produk
19	Apakah CIF Chicken memanfaatkan media cetak sebagai strategi pemasarannya?	Belum ada
20	Jika iya atau tidak, mengapa demikian?	Masih focus di branding kayaknya lewat sosial media
21	<i>Booklet</i> merupakan salah satu media cetak yang digunakan sebagai strategi pemasaran, menurut anda dalam menciptakan atau membuat suatu media penjualan berbentuk media cetak, apa saja informasi yang harus di masukkan?	Daftar menu
22	Apakah menurut anda penggunaan indikator dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan?	Kalau susun atau buatki sesuatu memang penting itu pedoman
23	Terdapat indikator desain komunikasi visual yang digunakan seorang desainer agar menghasilkan komposisi desain yang estetik, harmonis, komunikatif dan menyenangkan untuk dinikmati audiens berupa garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma. Bagaimana pendapat anda terhadap indikator tersebut?	Iye betul

**Nama Responden : Herdayanti**


**Jabatan : Pelanggan Cif Chicken**

<b>Dokumentasi</b>		
<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
1	Apakah metode penjualan mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	Iya terkadang
2	Seperti apa metode penjualan yang menurut anda dapat memotivasi dan mempengaruhi keputusan pembelian?	Saya biasanya yang ambil perhatianku itu dari menariknya cara jualnya
3	Bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan anda dalam membeli produk?	Karena kalau menarik cara jualnya kita juga penasaran produk apa sebenarnya yang dia jual dan dari penasaran mi itu biasa kita beli mi produknya mau tidak mau walaupun belum pernah coba sebelumnya
4	Pernahkah anda merasa senang atau untung saat membeli suatu produk dari metode penjualan tertentu?	Pernah
5	Seperti apa metode penjualan yang dapat memberikan kesenangan dan keuntungan bagi anda selaku calon pelanggan?	Kalau informasinya lengkap
6	Bagaimana anda mendeskripsikan perasaan senang dan untung yang dirasakan?	Kalau informasinya lengkap kita bisa ikut percaya sama apa yang mereka jual
7	Apakah kesenangan atau keuntungan yang diperoleh dari suatu metode penjualan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	Tentu saja
8	Apakah menurut anda suatu pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel?	Iya
9	Mengapa kredibilitas dalam sebuah penawaran harus diperhatikan?	Karena kalau dibohongi atau tidak sesuai kita juga kecewa dan nda datang mi lagi itu
10	Seperti apa bentuk pernyataan yang menurut anda tidak kredibel?	Pernyataan yang terlalu dilebih-lebihkan
11	Bagaimana tanggapan atau respon anda jika menemukan klaim atau pernyataan yang tidak kredibel?	Seperti yang saya bilang tadi, saya tidak akan kembali berbelanja lagi
12	Apakah metode penjualan yang unik dan berbeda dari perusahaan lain mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	Iya
13	Bagaimana perbedaan dan keunikan tersebut, seperti apa spesifikasinya?	Misalnya mungkin kayak yang ini lebih bagus gambarnya lebih nyata
14	Sejauh ini penawaran unik seperti apa yang pernah anda temui?	Sejauh ini mungkin masih penawarannya MCD yang diaplikasi karena dia kalau kita pencet menunya jelaski apa isinya itu paket
15	Apakah kesesuaian harapan dan pengalaman dalam memperoleh suatu	Mempengaruhi sekali

	produk mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	
16	Menurut anda, bagaimana dan seperti apa bentuk metode penjualan yang efektif dalam memenuhi ekspektasi atau harapan anda sebagai konsumen?	Sebaiknya penjualan yang dilakukan itu sesuai dengan yang betul-betul ditawarkan
17	Apakah anda pernah tertarik atau terangsang terhadap produk karena metode atau media penjualan yang digunakan?	Iya pernah kalau tertarik sampai membeli
18	Sejauh ini, metode penjualan apa yang telah memberikan anda sebuah daya tarik dan rangsangan dalam memperoleh produk?	Penjualan yang informasi produknya lengkap apalagi kalau kayak ada memangmi harganya dan murah
19	Seperti apa daya tarik yang dirasakan dari metode tersebut?	Rasa percaya
20	Apakah anda pernah menemui suatu metode penjualan yang memanfaatkan media cetak?	Pernah
21	Bagaimana pendapat anda terkait metode penjualan melalui media cetak?	Agak membantu karena setauku kebanyakan orang-orang sekarang itu termasuk saya malas sekali bertanya
22	<i>Booklet</i> merupakan salah satu media cetak yang digunakan sebagai strategi pemasaran, menurut anda dalam mendukung keputusan pembelian terhadap produk melalui media cetak, apa saja informasi yang harus calon pelanggan temukan?	Informasi produk pastinya, dari harga, apa saja isinya, pilihannya sama apa bedanya
23	Apakah menurut anda penggunaan indikator garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan?	Untuk desain mungkin penting supaya muncul menariknya apalagi kalau rapi
24	Seperti apa spesifikasi terbaik dari indikator tersebut?	Kalau digunakan atau disusun dengan baik

**Nama Responden : Nur Annisa Jufri**


**Jabatan : Pelanggan Cif Chicken**

<b>Dokumentasi</b>		
<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
1	Apakah metode penjualan mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	Iya
2	Seperti apa metode penjualan yang menurut anda dapat memotivasi dan mempengaruhi keputusan pembelian?	Menarik indra penglihatan yang pertama mungkin
3	Bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan anda dalam membeli produk?	Kalau sudah menarik tampilannya biasanya saya tertarik coba apa yang ditawarkan
4	Pernahkah anda merasa senang atau untung saat membeli suatu produk dari metode penjualan tertentu?	Iya
5	Seperti apa metode penjualan yang dapat memberikan kesenangan dan keuntungan bagi anda selaku calon pelanggan?	Yang ada potongan, diskon, atau cashbacknya
6	Bagaimana anda mendeskripsikan perasaan senang dan untung yang dirasakan?	Senang atau untung karena bisa dapat produk yang harganya lebih murah dari biasanya
7	Apakah kesenangan atau keuntungan yang diperoleh dari suatu metode penjualan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	Pasti
8	Apakah menurut anda suatu pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel?	Harus
9	Mengapa kredibilitas dalam sebuah penawaran harus diperhatikan?	Siapa mau dibodoh-bodohi, pasti kita merasa rugi
10	Seperti apa bentuk pernyataan yang menurut anda tidak kredibel?	Yang beda dengan kondisi aslinya
11	Bagaimana tanggapan atau respon anda jika menemukan klaim atau pernyataan yang tidak kredibel?	Biasa mauki protes juga tidak bisa, jadi begitu mami diterima tapi kan sudah jelek pengalaman
12	Apakah metode penjualan yang unik dan berbeda dari perusahaan lain mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	Iya
13	Bagaimana perbedaan dan keunikan tersebut, seperti apa spesifikasinya?	Kalau metode yang dia gunakan itu belum terlalu banyak yang pakai mungkin

14	Sejauh ini penawaran unik seperti apa yang pernah anda temui?	Sejauh ini paling cuman itu yang lewat video video
15	Apakah kesesuaian harapan dan pengalaman dalam memperoleh suatu produk mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	Tentu saja
16	Menurut anda, bagaimana dan seperti apa bentuk metode penjualan yang efektif dalam memenuhi ekspektasi atau harapan anda sebagai konsumen?	Menurutku paling penting itu metodenya isinya jujur
17	Apakah anda pernah tertarik atau terangsang terhadap produk karena metode atau media penjualan yang digunakan?	Iya biasa
18	Sejauh ini, metode penjualan apa yang telah memberikan anda sebuah daya tarik dan rangsangan dalam memperoleh produk?	Kayak misal penawaran lewat poster-poster dijalanan yang mungkin disetiap kilometer ada
19	Seperti apa daya tarik yang dirasakan dari metode tersebut?	Karena sering dilihat tapi yang pastinya didorong juga sama kebutuhan
20	Apakah anda pernah menemui suatu metode penjualan yang memanfaatkan media cetak?	Iya kayak itu poster
21	Bagaimana pendapat anda terkait metode penjualan melalui media cetak?	Bagus karena bisa dilihat baik-baik
22	<i>Booklet</i> merupakan salah satu media cetak yang digunakan sebagai strategi pemasaran, menurut anda dalam mendukung keputusan pembelian terhadap produk melalui media cetak, apa saja informasi yang harus calon pelanggan temukan?	Pemilihan gambar didalamnya mungkin paling penting sama tulisan atau taglinenya
23	Apakah menurut anda penggunaan indikator garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan?	Penting
24	Seperti apa spesifikasi terbaik dari indikator tersebut?	Baik kalau dipilih dengan teliti jenisnya, apalagi kalau warnanya sesuai

**Nama Responden : Faliha Ataya**

**Jabatan : Pelanggan Cif Chicken**


Dokumentasi		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah metode penjualan mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	Menurut saya berpengaruh, karena terlihat dari seberapa kuat penjualan yang dilakukan dapat menarik perhatian khususnya pada konsumennya
2	Seperti apa metode penjualan yang menurut anda dapat memotivasi dan mempengaruhi keputusan pembelian?	Banyak hal dapat mempengaruhi penjualan seperti periklanan, personal selling, promosi, katalog produk, pameran, dan lain sebagainya
3	Bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan anda dalam membeli produk?	Biasanya dilihat dari seberapa sering melakukan promosinya dalam metode penjualan yang digunakan ataukah kualitas yang ditawarkan dan lain sebagainya
4	Pernahkah anda merasa senang atau untung saat membeli suatu produk dari metode penjualan tertentu?	Pernah, biasanya klo produk yang ingin sy beli mempromosikan sekaligus mereview produk tersebut.
5	Seperti apa metode penjualan yang dapat memberikan kesenangan dan keuntungan bagi anda selaku calon pelanggan?	Biasanya berbentuk gambar/video yang mendeskripsikan produk tersebut.
6	Bagaimana anda mendeskripsikan perasaan senang dan untung yang dirasakan?	Kalo perasaan senangnya krn terpenuhi apa yang diinginkan dalam produk yang ingin dibeli
7	Apakah kesenangan atau keuntungan yang diperoleh dari suatu metode penjualan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	Iya
8	Apakah menurut anda suatu pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel?	Tentu saja pernyataan yang dicantumkan harus kredibel
9	Mengapa kredibilitas dalam sebuah penawaran harus diperhatikan?	Agar kita sebagai konsumen juga memiliki rasa kepercayaan terhadap suatu toko yang menjual sebuah prpduk
10	Seperti apa bentuk pernyataan yang menurut anda tidak kredibel?	Pernyataan tidak kredibel melebihi dari sebuah produk ataupun tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan
11	Bagaimana tanggapan atau respon anda jika menemukan klaim atau pernyataan yang tidak kredibel?	Sebagai konsumen pasti memilih toko lain yang menawarkan produk yang sejenis

12	Apakah metode penjualan yang unik dan berbeda dari perusahaan lain mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	Pastinya mempengaruhi seberapa unik toko memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada konsumennya
13	Bagaimana perbedaan dan keunikan tersebut, seperti apa spesifikasinya?	Kalau untuk unik mungkin tidak terlalu jelas tapi saya sebagai konsumen merasa terbantu dengan adanya toko yang menawarkan produknya tanpa harus bertanya lagi mengenai sebuah produk yang ingin dibeli karena sudah mencantumkan informasi produk
14	Sejauh ini penawaran unik seperti apa yang pernah anda temui?	Penawaran yang informasinya detail
15	Apakah kesesuaian harapan dan pengalaman dalam memperoleh suatu produk mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	Tentu kesesuaian harapan mempengaruhi pembelian produk, hal ini untuk memastikan bahwa produk yang dibeli telah sesuai dengan apa yang diharapkan
16	Menurut anda, bagaimana dan seperti apa bentuk metode penjualan yang efektif dalam memenuhi ekspektasi atau harapan anda sebagai konsumen?	Bentuk penjualan yang efektif untuk memenuhi harapan yaitu dengan melakukan penawaran yang memastikan produk tersebut sesuai dengan informasi yang tertera atau dapat juga dengan melakukan penawaran dengan menambahkan review dari orang orang
17	Apakah anda pernah tertarik atau terangsang terhadap produk karena metode atau media penjualan yang digunakan?	Iya pernah
18	Sejauh ini, metode penjualan apa yang telah memberikan anda sebuah daya tarik dan rangsangan dalam memperoleh produk?	Awalnya karena cari cari produk yang dibutuhkan dan tokonya membuat katalog produk melalui wa bisnis jadi sebagai konsumen sangat terbantu karena sudah mencakup informasi mengenai produk beserta dengan harganya
19	Seperti apa daya tarik yang dirasakan dari metode tersebut?	Menjadi daya tarik karena merasa terbantu dengan informasi yang tersedia pada katalog wa bisnis tersebut dan pelanggan juga dapat menambahkan produk pada keranjang belanja
20	Apakah anda pernah menemui suatu metode penjualan yang memanfaatkan media cetak?	Sejauh ini masih jarang, kecuali pada suatu event atau bazar
21	Bagaimana pendapat anda terkait metode penjualan melalui media cetak?	Pendapat saya mengenai metode penjualan tersebut dapat dikatakan efektif untuk meminimalisir penggunaan waktu yang dibutuhkan dalam melakukan pembelian sebuah produk karena dengan media cetak tersebut sudah mencantumkan produk produk yang ditawarkan beserta harganya
22	<i>Booklet</i> merupakan salah satu media cetak yang digunakan sebagai strategi pemasaran, menurut anda dalam mendukung keputusan pembelian	Menurut saya informasi yang harus dicantumkan mengenai produknya semisal varian rasa, harga atau

	terhadap produk melalui media cetak, apa saja informasi yang harus calon pelanggan temukan?	kandungan yang terdapat yang berbeda dengan produk lain
23	Apakah menurut anda penggunaan indikator garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan?	Untuk indikator garis bidang ukuran warna dll menurut saya juga penting untuk diperhatikan selain dari segi aturan media cetak kita sebagai calon pembeli pasti merasa tertarik kalau apa yang dilihat juga menarik mengenai produk yang ditawarkan
24	Seperti apa spesifikasi terbaik dari indikator tersebut?	Yang menarik jika disusun dengan cermat

**Nama Responden : Devita Kartika Sari**

**Jabatan : Pelanggan Cif Chicken**

Dokumentasi		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah metode penjualan mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	Iya
2	Seperti apa metode penjualan yang menurut anda dapat memotivasi dan mempengaruhi keputusan pembelian?	Yang menarik
3	Bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan anda dalam membeli produk?	Na munculkan rasa ingin tahu ta
4	Pernahkah anda merasa senang atau untung saat membeli suatu produk dari metode penjualan tertentu?	Pernah
5	Seperti apa metode penjualan yang dapat memberikan kesenangan dan keuntungan bagi anda selaku calon pelanggan?	Seperti potongan harga atau buy 1 get 1
6	Bagaimana anda mendeskripsikan perasaan senang dan untung yang dirasakan?	Senang karena dapat produk dengan harga jauh lebih murah
7	Apakah kesenangan atau keuntungan yang diperoleh dari suatu metode penjualan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	Iya betul
8	Apakah menurut anda suatu pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel?	Harus
9	Mengapa kredibilitas dalam sebuah penawaran harus diperhatikan?	Agar kita tidak merasa dibohongi
10	Seperti apa bentuk pernyataan yang menurut anda tidak kredibel?	Pernyataan yang misalnya ternyata berlaku pada hari hari apa saja tapi tidak dicantumkan
11	Bagaimana tanggapan atau respon anda jika menemukan klaim atau pernyataan yang tidak kredibel?	Kecewa tentu saja
12	Apakah metode penjualan yang unik dan berbeda dari perusahaan lain mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	Iya kayaknya kalau itu cukup berpengaruh

13	Bagaimana perbedaan dan keunikan tersebut, seperti apa spesifikasinya?	Misalnya kayak caranya jualan bisnis yang ini lebih banyak media nya dibanding bisnis yang lain
14	Sejauh ini penawaran unik seperti apa yang pernah anda temui?	Kalau saya mungkin masih umum-umum ji paling kayak misal paket bundling atau paket tebus murah
15	Apakah kesesuaian harapan dan pengalaman dalam memperoleh suatu produk mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	Tentu
16	Menurut anda, bagaimana dan seperti apa bentuk metode penjualan yang efektif dalam memenuhi ekspektasi atau harapan anda sebagai konsumen?	Yang dapat memenuhi kebutuhanta sebagai pelanggan
17	Apakah anda pernah tertarik atau terangsang terhadap produk karena metode atau media penjualan yang digunakan?	Pernah
18	Sejauh ini, metode penjualan apa yang telah memberikan anda sebuah daya tarik dan rangsangan dalam memperoleh produk?	Kayak itu saya bilang tadi pernah ka borong produk sama sepupuku karena ada paket bundlingnya, karena kan tertera ki harganya jadi kita kayak terpukau deluan
19	Seperti apa daya tarik yang dirasakan dari metode tersebut?	Merasa diuntungkan
20	Apakah anda pernah menemui suatu metode penjualan yang memanfaatkan media cetak?	Pernah kayak ini majalh oriflame
21	Bagaimana pendapat anda terkait metode penjualan melalui media cetak?	Bisaki lama lama lihat produknya
22	<i>Booklet</i> merupakan salah satu media cetak yang digunakan sebagai strategi pemasaran, menurut anda dalam mendukung keputusan pembelian terhadap produk melalui media cetak, apa saja informasi yang harus calon pelanggan temukan?	Kalau yang paling penting mungkin itu harga terus disusulmi sama kelengkapan informasi produknya kayak misal kandungan atau berat nya kalau produk cairan
23	Apakah menurut anda penggunaan indikator garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan?	Kalau itu saya kurang tau, tapi kan hal umum ji itu kalau kita lihat sesuatu dari estetikanya juga
24	Seperti apa spesifikasi terbaik dari indikator tersebut?	Menurutku randomji setiap indicator yang jelas mereka bisa terbentuk dan memikat perhatiannya matata

**Nama Responden : Ahmad Razin**


**Jabatan : Pelanggan Cif Chicken**

Dokumentasi		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah metode penjualan mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	Iye
2	Seperti apa metode penjualan yang menurut anda dapat memotivasi dan mempengaruhi keputusan pembelian?	Yang kasih untung pelanggan
3	Bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan anda dalam membeli produk?	Merasaki dapat keuntungan yang tidak didapat di tempat lain
4	Pernahkah anda merasa senang atau untung saat membeli suatu produk dari metode penjualan tertentu?	Iye pernah
5	Seperti apa metode penjualan yang dapat memberikan kesenangan dan keuntungan bagi anda selaku calon pelanggan?	Tergantung sih kalau misal kayak kita lagi cari barang yang banyak orang jual pasti cari yang mana lebih baik penawarannya
6	Bagaimana anda mendeskripsikan perasaan senang dan untung yang dirasakan?	Kalau dapat napenuhi kebutuhanta dan ada juga poin untingnya
7	Apakah kesenangan atau keuntungan yang diperoleh dari suatu metode penjualan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	Iye
8	Apakah menurut anda suatu pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel?	Iye harus itu
9	Mengapa kredibilitas dalam sebuah penawaran harus diperhatikan?	Karena kalau yang dia janjikan saja tidak benar pasti kita juga kecewa
10	Seperti apa bentuk pernyataan yang menurut anda tidak kredibel?	Yang tidak sesuai penawaran
11	Bagaimana tanggapan atau respon anda jika menemukan klaim atau pernyataan yang tidak kredibel?	Tidak datang dua kali mi kalau saya
12	Apakah metode penjualan yang unik dan berbeda dari perusahaan lain mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	Iye
13	Bagaimana perbedaan dan keunikan tersebut, seperti apa spesifikasinya?	Pernahka belanja parfum di mall, uniknya itu dia display didepan pas jalan masuk jadi orang yang masuk ke itu toko mau

		tidak mau pasti lihat dan terhirup aromanya walaupun tidak terlalu jelas yang mana itu bau kita tetap coba satu satu
14	Sejauh ini penawaran unik seperti apa yang pernah anda temui?	Yang itu saya bilang salah satu toko retail di mall
15	Apakah kesesuaian harapan dan pengalaman dalam memperoleh suatu produk mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	Berpengaruh
16	Menurut anda, bagaimana dan seperti apa bentuk metode penjualan yang efektif dalam memenuhi ekspektasi atau harapan anda sebagai konsumen?	Yang sederhana saja tidak mengada ada apalagi kalau over sekali, lebih bagus kalau yang ada digambar itu sesuai sama produk aslinya
17	Apakah anda pernah tertarik atau terangsang terhadap produk karena metode atau media penjualan yang digunakan?	Iye pernah lewat cara display yang kubilang tadi
18	Sejauh ini, metode penjualan apa yang telah memberikan anda sebuah daya tarik dan rangsangan dalam memperoleh produk?	Kalau selain itu tadi, metode penjualan yang buatka tertarik itu paling dari cara jual yang kasi diskon
19	Seperti apa daya tarik yang dirasakan dari metode tersebut?	Tidak mau ketinggalan atau kehabisan
20	Apakah anda pernah menemui suatu metode penjualan yang memanfaatkan media cetak?	Pernah
21	Bagaimana pendapat anda terkait metode penjualan melalui media cetak?	Banyak informasi dia kasih pelanggan
22	<i>Booklet</i> merupakan salah satu media cetak yang digunakan sebagai strategi pemasaran, menurut anda dalam mendukung keputusan pembelian terhadap produk melalui media cetak, apa saja informasi yang harus calon pelanggan temukan?	Rincian produk sama harga sih
23	Apakah menurut anda penggunaan indikator garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan?	Mungkin iye
24	Seperti apa spesifikasi terbaik dari indikator tersebut?	Kalau spesifikasinya mungkin tidak bisa detail yang jelas itu kalau disusunki cantik kelihatan

**Nama Responden : Adhitya Sulaeman**

**Jabatan : Pelanggan Cif Chicken**

Dokumentasi		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah metode penjualan mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	Iya betul
2	Seperti apa metode penjualan yang menurut anda dapat memotivasi dan mempengaruhi keputusan pembelian?	Yang membantu kita tau produknya
3	Bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan anda dalam membeli produk?	Karena tau kita jadi puas dan tertarik membeli jika memang sesuai kebutuhanta
4	Pernahkah anda merasa senang atau untung saat membeli suatu produk dari metode penjualan tertentu?	Pernah
5	Seperti apa metode penjualan yang dapat memberikan kesenangan dan keuntungan bagi anda selaku calon pelanggan?	Seperti promo di hari hari penting tertentu, saya pernah dapat promo sepatu futsal waktu 17 agustus
6	Bagaimana anda mendeskripsikan perasaan senang dan untung yang dirasakan?	Seperti perasaan senang tersendiri
7	Apakah kesenangan atau keuntungan yang diperoleh dari suatu metode penjualan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	Tentu
8	Apakah menurut anda suatu pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel?	Iya mungkin saja karena sejauh ini saya belum pernah beli barang yang tidak sesuai pernyataan atau karena mungkin saya cowo yang jarang belanja
9	Mengapa kredibilitas dalam sebuah penawaran harus diperhatikan?	Jujur itu penting bagi pelanggan
10	Seperti apa bentuk pernyataan yang menurut anda tidak kredibel?	Tidak sesuai dengan janji penawarannya
11	Bagaimana tanggapan atau respon anda jika menemukan klaim atau pernyataan yang tidak kredibel?	Kalau saya mungkin akan complain ka
12	Apakah metode penjualan yang unik dan berbeda dari perusahaan lain mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	Iya

13	Bagaimana perbedaan dan keunikan tersebut, seperti apa spesifikasinya?	Kalau cara jualnya tidak adapi atau kurang yang pakai
14	Sejauh ini penawaran unik seperti apa yang pernah anda temui?	Ituji mungkin sejauh ini promo paling kusuka yang hari special
15	Apakah kesesuaian harapan dan pengalaman dalam memperoleh suatu produk mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	Jelas itu
16	Menurut anda, bagaimana dan seperti apa bentuk metode penjualan yang efektif dalam memenuhi ekspektasi atau harapan anda sebagai konsumen?	Dapat menguntungkan pelanggan dan isi dari penjualannya itu jelas
17	Apakah anda pernah tertarik atau terangsang terhadap produk karena metode atau media penjualan yang digunakan?	Iya
18	Sejauh ini, metode penjualan apa yang telah memberikan anda sebuah daya tarik dan rangsangan dalam memperoleh produk?	Kalau saya potongan harga paling menarik sih
19	Seperti apa daya tarik yang dirasakan dari metode tersebut?	Langsung kayak mauki beli takut kehabisan
20	Apakah anda pernah menemui suatu metode penjualan yang memanfaatkan media cetak?	Pernah kayak brosur termasuk toh
21	Bagaimana pendapat anda terkait metode penjualan melalui media cetak?	Banyak informasi kita dapat tapi itumi biasa kalau yang kayak dibagikan agak kurang karena nabuang orang kalau narasa tidak nabutuhkan
22	<i>Booklet</i> merupakan salah satu media cetak yang digunakan sebagai strategi pemasaran, menurut anda dalam mendukung keputusan pembelian terhadap produk melalui media cetak, apa saja informasi yang harus calon pelanggan temukan?	Kejelasan produk dan apa penawaran special nya
23	Apakah menurut anda penggunaan indikator garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan?	Mungkin
24	Seperti apa spesifikasi terbaik dari indikator tersebut?	Kayak misal warna yang baik itu warna yang lambangkan memang itu usaha jadi kita langsung kenal

## Lampiran 7

### Coding Wawancara Penelitian

Internal			
No	Pertanyaan	Ket	Jawaban
USP			
1	Metode atau strategi penjualan apa yang saat ini digunakan CIF Chicken?	I.I	Kalau untuk strategi penjualan produk kita saat ini kita lebih fokus membangun brand awareness
		I.II	Setauku itu penjualannya dilakukan di offline store sama beberapa ojol sama social media
		I.III	Penjualan online sama offline
	Kesimpulan		<b>Mencoba membangun pasar baru yang jauh lebih besar untuk meningkatkan penjualan melalui brand awareness</b>
2	Apakah CIF Chicken memiliki strategi yang berbeda (kreatif) dari strategi umum yang digunakan mayoritas kompetitor?	I.I	Iya
		I.II	Kurang tau ka detailnya dek tapi paling itu kita lebih pakai media sosial untuk promosi
		I.III	Mungkin bisa dibilang kreatif itu kalau diskon diskon apalagi yang pelanggan tetap
	Kesimpulan		<b>Strategi yang digunakan untuk tergolong strategi umum yang biasa dijumpai berupa promosi potongan harga atau diskon pada hari tertentu</b>
3	Jika iya, apa yang menjadi pembeda dan keunggulan strategi tersebut?	I.I	Menurut saya membangun brand awareness itu penting dan termasuk sebagai pembeda karena kita memang fokus membangun citra merek dan mempositioningkan produk kita ke pelanggan
		I.II	Bisa jangkau lebih banyak orang toh kalau kita pakai itu
		I.III	Kita jaga hubungan dengan pelanggan yang selalu belanja sama kita
	Kesimpulan		<b>Strategi penjualan yang dilaksanakan melalui pengadaan promosi memberikan pelanggan keuntungan dalam perolehan produk</b>
4	Sejauh ini, apakah strategi kreatif tersebut memberikan dampak yang signifikan terhadap penjualan produk CIF Chicken?	I.I	Tentu saja membangun brand awareness memberikan dampak signifikan pada penjualan
		I.II	Iye karena ada promo yang diadakan dibeberapa hari dan setiap itu hari biasa banyak orang
		I.III	Iye karena datang teruski
	Kesimpulan		<b>Strategi penjualan yang digunakan saat ini berdampak pada penjualan produk</b>
5	Dalam mewujudkan strategi tersebut, metode penjualan apa yang diterapkan CIF Chicken?	I.I	Untuk mewujudkan citra merek pada benak pelanggan kita adakan beberapa promo rutin pada hari hari tertentu misalnya saat ini itu kita adakan promo setiap hari minggu dengan buy 1 get 1 untuk pembelian 4 pcs chicken wings yang kita namakan Sunday is wings day dan kita juga mengadakan promo loyalitas dengan memberikan free menu untuk penukaran 10 struk pembelian

		I.II	Itumi tadi menjual lebih banyak lewat promosi
		I.III	Diskon atau free menu kalau dikumpul struk pembelajarannya
	Kesimpulan		<b>Mengadakan promosi produk pada hari-hari tertentu</b>
6	Bagaimana menurut anda metode penjualan yang unik?	I.I	Metode yang dapat menarik minat beli pelanggan
		I.II	Yang bagus mungkin
		I.III	Yang menarik sama kurang orang pakai
	Kesimpulan		<b>Metode yang menarik, langka digunakan competitor, dan mampu menggerakkan minat beli pelanggan</b>
<i>Favorability</i>			
7	Apakah metode penjualan yang digunakan saat ini memberikan keuntungan atau kesenangan bagi konsumen?	I.I	Tentu saja bahkan promo rutin yang kita adakan jadi hal yang ditunggu-tunggu pelanggan di setiap minggunya
		I.II	Iye
		I.III	Iya mereka untung
	Kesimpulan		<b>Metode penjualan yang digunakan saat ini memberikan keuntungan bagi pelanggan</b>
8	Jika iya, bagaimana anda mendeskripsikan kesenangan dan keuntungan yang dimaksud?	I.I	Mereka menjadi antusias menunggu hari hari promo
		I.II	Bisa dapat produk dengan harga harga lebih murah
		I.III	Untung karena dengan kumpulkan ji struk bisami dapat free menu atau potongan harga dari normal
	Kesimpulan		<b>Mendapatkan benefit dari metode yang digunakan sehingga pelanggan antusias terhadap hal tersebut</b>
<i>Belieability</i>			
9	Apa klaim yang ditawarkan CIF Chicken kepada konsumen saat ini?	I.I	Chicken Souce Expert
		I.II	Kalau klaim itu mungkin kayak tagline di', disini itu kita pakai chicken sauce expert
		I.III	Berbagai jenis ayam dengan banyak pilihan saos
	Kesimpulan		<b>Chicken sauce expert</b>
10	Apakah menurut anda suatu pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel?	I.I	Harus
		I.II	Iye harus jujur
		I.III	Kalau dapat dipercaya harus itu
	Kesimpulan		<b>Pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel</b>
11	Mengapa kredibilitas dalam sebuah penawaran harus diperhatikan?	I.I	Karena klaim yang kita tawarkan itu harus kita pertanggung jawabkan dan menjadi janji bagi mereka
		I.II	Supaya tidak lari konsumenta
		I.III	Supaya pelanggan bisa datang kembali
	Kesimpulan		<b>Agar mampu membangun kepercayaan konsumen</b>
12	Seperti apa bentuk pernyataan yang menurut anda tidak kredibel?	I.I	Yang jauh dari realita
		I.II	Iye yang melebih-lebihkan
		I.III	Misalnya kayak bisa gabung saos tapi tidak dicantumkan bahwa ada penambahan biayanya

	Kesimpulan		<b>Pernyataan yang tidak jujur atau dilebih-lebihkan</b>
<i>Distinctiveness</i>			
13	Apa keistimewaan dan keunikan strategi penjualan yang digunakan saat ini?	I.I	Keistimewaaan dan keunikannya itu kita adakan memang pada setiap hari-hari spesial dan kita kemas dengan nama yang menarik
		I.II	Mudah ki ambil hatinya konsumen
		I.III	Bisaki ikat pelangganta
	Kesimpulan		<b>Dapat membangun hubungan baik dengan konsumen</b>
14	Apakah strategi tersebut merupakan strategi yang jarang atau belum digunakan beberapa kompetitor?	I.I	Kalau metode promo nya mungkin sering mi dijumpai tapi untuk penawarannya menurutku masih jarang yang kayak promo rutin hari ahad dan promo loyalitas yang saya bilang tadi
		I.II	Kalau itu saya kurang tau di tempat lain ada atau tidak itu promo
		I.III	Setauku adaji tapi paling itu berlakunya beberapa waktuji ditempat lain
	Kesimpulan		<b>Strategi promosi yang digunakan biasa dijumpai pada kompetitor lain, hanya berbeda pada pennenetapan jangka waktunya yang rutin</b>
<i>Compatibility</i>			
15	Apakah menurut anda kesesuaian harapan dan pengalaman konsumen dalam memperoleh produk penting untuk diperhatikan?	I.I	Tentu saja menurut saya <i>customer experience</i> sangat mempengaruhi jalannya operasional suatu bisnis
		I.II	Harus itu
		I.III	Penting
	Kesimpulan		<b>Kesesuaian harapan dan pengalaman konsumen penting untuk diperhatikan</b>
16	Jika iya, bagaimana CIF Chicken menyesuaikan hal tersebut?	I.I	Kita selalu memberikan pelayanan terbaik pada offline store
		I.II	Kita ditraining dari awal kasi pelayanan baik kepada konsumen apalagi kalau ada kesalahan pasti kita dimintai tanggung jawab dengan kasi penawaran yang kasi untung sebagai minta maaf sama dia
		I.III	Selaluki kasi pelayanan yang baik pada offline store
	Kesimpulan		<b>Memberikan pelayanan maksimal</b>
<i>Attractiveness</i>			
17	Apa daya tarik dari metode penjualan yang saat ini digunakan CIF Chicken?	I.I	Daya tariknya mungkin dari rutinnnya diadakan
		I.II	Banyak potongannya
		I.III	Kualitas bagus tapi harga terjangkau
	Kesimpulan		<b>Metode diadakan secara rutin dengan penawaran yang menguntungkan pelanggan</b>
18	Apakah yang disorot dari daya tarik tersebut? misalnya manfaat produk, keunggulan bisnis, dll.	I.I	Daya tariknya itu diperoleh melalui promo yang rutin diadakan sehingga menciptakan keunggulan bisnis tersendiri
		I.II	Manfaat produk kita tawarkan pakai harga murah
		I.III	Harga produk

	Kesimpulan		<b>Daya Tarik diperoleh dari keuntungan metode yang digunakan</b>
Desain Visual			
19	Apakah CIF Chicken memanfaatkan media cetak sebagai strategi pemasarannya?	I.I	Sejauh ini belum, mungkin hanya display selebar menu pada sosial media
		I.II	Kayaknya belum ada
		I.III	Belum ada
	Kesimpulan		<b>CIF Chicken belum memanfaatkan media cetak</b>
20	Jika iya atau tidak, mengapa demikian?	I.I	Bukannya tidak, kita hanya belum mengarah kesana karena masih fokus membangun citra kami pada pelanggan seperti melalui endorsment dll
		I.II	Kalau itu tidak taumi dek karena saya karyawanja
		I.III	Masih focus di branding kayaknya lewat sosial media
	Kesimpulan		<b>CIF Chicken belum melirik media lain karena saat ini cuma fokus menggunakan strategi dengan memanfaatkan media sosial untuk branding</b>
21	<i>Booklet</i> merupakan salah satu media cetak yang digunakan sebagai strategi pemasaran, menurut anda dalam menciptakan atau membuat suatu media penjualan berbentuk media cetak, apa saja informasi yang harus di masukkan?	I.I	Yang harusnya dicantumkan pada penjualan itu umumnya tentu saja informaaai produk, terlebih harga dan keunggulan yang kita tawarkan
		I.II	Detail menu sama harganya
		I.III	Daftar menu
	Kesimpulan		<b>Daftar menu secara rinci dengan informasi produk dan harga.</b>
22	Apakah menurut anda penggunaan indikator dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan?	I.I	Iya itu juga penting
		I.II	Kurang paham ka dek
		I.III	Kalau susun atau buatki sesuatu memang penting itu pedoman
	Kesimpulan		<b>Indikator dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan</b>
23	Terdapat indikator desain komunikasi visual yang digunakan seorang desainer agar menghasilkan komposisi desain yang estetik, harmonis, komunikatif dan menyenangkan untuk dinikmati audiens berupa garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma. Bagaimana pendapat anda terhadap indikator tersebut?	I.I	Memang sebuah indikator penting diterapkan dalam menyusun sebuah desain apalagi desain visual yang menargetkan indra penglihatan, jadi menurut saya hal tersebut harus disusun dengan detail tapi tentu saja harus juga sesuai dengan karakter bisnis kita
		I.II	Kalau untuk desainnya pasti penting itu
		I.III	Iye betul
	Kesimpulan		<b>Penggunaan indikator berupa garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma</b>

			<b>dibentuk sesuai dengan kebutuhan yang sebaiknya mampu menggambarkan merek</b>
--	--	--	--

<b>Eksternal</b>			
<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Ket</b>	<b>Jawaban</b>
<b>USP</b>			
1	Apakah metode penjualan mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	I.IV	Iya terkadang
		I.V	Iya
		I.VI	Menurut saya berpengaruh, karena terlihat dari seberapa kuat penjualan yang dilakukan dapat menarik perhatian khususnya pada konsumennya
		I.VII	Iya
		I.VIII	Iye
		I.IX	Iya betul
	Kesimpulan		<b>Metode penjualan mempengaruhi pelanggan dalam membeli sebuah produk</b>
2	Seperti apa metode penjualan yang menurut anda dapat memotivasi dan mempengaruhi keputusan pembelian?	I.IV	Saya biasanya yang ambil perhatianku itu dari menariknya cara jualnya
		I.V	Menarik indra penglihatan yang pertama mungkin
		I.VI	Banyak hal dapat mempengaruhi penjualan seperti periklanan, personal selling, promosi, katalog produk, pameran, dan lain sebagainya
		I.VII	Yang menarik
		I.VIII	Yang kasih untung pelanggan
		I.IX	Yang membantu kita tau produknya
	Kesimpulan		<b>Metode penjualan yang dapat memotivasi dan mempengaruhi keputusan pembelian adalah metode yang menarik, mampu memberikan keuntungan, dan informatif.</b>
3	Bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan anda dalam membeli produk?	I.IV	Karena kalau menarik cara jualnya kita juga penasaran produk apa sebenarnya yang dia jual dan dari penasaran mi itu biasa kita beli mi produknya mau tidak mau walaupun belum pernah coba sebelumnya
		I.V	Kalau sudah menarik tampilannya biasanya saya tertarik coba apa yang ditawarkan
		I.VI	Biasanya dilihat dari seberapa sering melakukan promosinya dalam metode penjualan yang digunakan atukah kualitas yang ditawarkan dan lain sebagainya
		I.VII	Na munculkan rasa ingin tahu ta
		I.VIII	Merasaki dapat keuntungan yang tidak didapat di tempat lain
		I.IX	Karena tau kita jadi puas dan tertarik membeli jika memang sesuai kebutuhanta
	Kesimpulan		<b>Metode yang menarik mampu menciptakan daya tarik dan rasa penasaran akan produk yang ditawarkan</b>
<b>Favorability</b>			
4	Pernahkah anda merasa senang atau untung saat membeli suatu produk dari metode penjualan tertentu?	I.IV	Pernah
		I.V	Iya
		I.VI	Pernah, biasanya klo produk yang ingin sy beli mempromosikan sekaligus mereview produk tersebut.

		I.VII	Pernah
		I.VIII	Iya pernah
		I.IX	Pernah
	Kesimpulan		<b>Pernah</b>
5	Seperti apa metode penjualan yang dapat memberikan kesenangan dan keuntungan bagi anda selaku calon pelanggan?	I.IV	Kalau informasinya lengkap
		I.V	Yang ada potongan, diskon, atau cashbacknya
		I.VI	Biasanya berbentuk gambar/video yang mendeskripsikan produk tersebut.
		I.VII	Seperti potongan harga atau buy 1 get 1
		I.VIII	Tergantung sih kalau misal kayak kita lagi cari barang yang banyak orang jual pasti cari yang mana lebih baik penawarannya
		I.IX	Seperti promo di hari hari penting tertentu, saya pernah dapat promo sepatu futsal waktu 17 agustus
	Kesimpulan		<b>Metode yang informasinya lengkap dengan gambar/video dan mencakup penawaran yang memberikan keuntungan bagi pelanggan</b>
6	Bagaimana anda mendeskripsikan perasaan senang dan untung yang dirasakan?	I.IV	Kalau informasinya lengkap kita bisa ikut percaya sama apa yang mereka jual
		I.V	Senang atau untung karena bisa dapat produk yang harganya lebih murah dari biasanya
		I.VI	Kalo perasaan senangnya krn terpenuhi apa yang diinginkan dalam produk yang ingin dibeli
		I.VII	Senang karena dapat produk dengan harga jauh lebih murah
		I.VIII	Kalau dapat napenuhi kebutuhanta dan ada juga poin untungnya
	I.IX	Seperti perasaan senang tersendiri	
Kesimpulan		<b>Memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengetahui ataupun memperoleh produk</b>	
7	Apakah kesenangan atau keuntungan yang diperoleh dari suatu metode penjualan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	I.IV	Tentu saja
		I.V	Pasti
		I.VI	Iya
		I.VII	Iya betul
		I.VIII	Iye
	I.IX	Tentu	
Kesimpulan		<b>Kesenangan atau keuntungan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen</b>	
<i>Believability</i>			
8	Apakah menurut anda suatu pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel?	I.IV	Iya
		I.V	Harus
		I.VI	Tentu saja pernyataan yang dicantumkan harus kredibel
		I.VII	Harus
		I.VIII	Iye harus itu
		I.IX	Iya mungkin saja karena sejauh ini saya belum pernah beli barang yang tidak sesuai

			pernyataan atau karena mungkin saya cowo yang jarang belanja
	Kesimpulan		<b>Pernyataan yang dicantumkan dalam sebuah media penjualan harus kredibel</b>
9	Mengapa kredibilitas dalam sebuah penawaran harus diperhatikan?	I.IV	Karena kalau dibohongi atau tidak sesuai kita juga kecewa dan nda datang mi lagi itu
		I.V	Siapa mau dibodoh-bodohi, pasti kita merasa rugi
		I.VI	Agar kita sebagai konsumen juga memiliki rasa kepercayaan terhadap suatu toko yang menjual sebuah produk
		I.VII	Agar kita tidak merasa dibohongi
		I.VIII	Karena kalau yang dia janjikan saja tidak benar pasti kita juga kecewa
		I.IX	Jujur itu penting bagi pelanggan
	Kesimpulan		<b>Agar hubungan dan pengalaman brand dengan konsumen dapat terjalin dengan baik</b>
10	Seperti apa bentuk pernyataan yang menurut anda tidak kredibel?	I.IV	Pernyataan yang terlalu dilebih-lebihkan
		I.V	Yang beda dengan kondisi aslinya
		I.VI	Pernyataan tidak kredibel melebihi lebihkan dari sebuah produk ataupun tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan
		I.VII	Pernyataan yang misalnya ternyata berlaku pada hari hari apa saja tapi tidak dicantumkan
		I.VIII	Yang tidak sesuai penawaran
	I.IX	Tidak sesuai dengan janji penawarannya	
Kesimpulan		<b>Pernyataan yang tidak jelas informasinya, tidak jujur dan berbeda dengan kondisi asli</b>	
11	Bagaimana tanggapan atau respon anda jika menemukan klaim atau pernyataan yang tidak kredibel?	I.IV	Seperti yang saya bilang tadi, saya tidak akan kembali berbelanja lagi
		I.V	Biasa mauki protes juga tidak bisa, jadi begitu mami diterima tapi kan sudah jelek pengalaman
		I.VI	Sebagai konsumen pasti memilih toko lain yang menawarkan produk yang sejenis
		I.VII	Kecewa tentu saja
		I.VIII	Tidak datang dua kali mi kalau saya
	I.IX	Kalau saya mungkin akan complain ka	
Kesimpulan		<b>Pernyataan atau klaim yang tidak kredibel memberikan pengaruh yang buruk terhadap bisnis karena dianggap merugikan pelanggan dengan menjanjikan hal yang tidak sesuai</b>	
<i>Distinctiveness</i>			
12	Apakah metode penjualan yang unik dan berbeda dari perusahaan lain mempengaruhi anda dalam membeli sebuah produk?	I.IV	Iya
		I.V	Iya
		I.VI	Pastinya mempengaruhi seberapa unik toko memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada konsumennya
		I.VII	Iya kayaknya kalau itu cukup berpengaruh
		I.VIII	Iye
		I.IX	Iya
	Kesimpulan		<b>Metode penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen</b>

13	Bagaimana perbedaan dan keunikan tersebut, seperti apa spesifikasinya?	I.IV	Misalnya mungkin kayak yang ini lebih bagus gambarnya lebih nyata
		I.V	Kalau metode yang dia gunakan itu belum terlalu banyak yang pakai mungkin
		I.VI	Kalau untuk unik mungkin tidak terlalu jelas tapi saya sebagai konsumen merasa terbantu dengan adanya toko yang menawarkan produknya tanpa harus bertanya lagi mengenai sebuah produk yang ingin dibeli karena sudah mencantumkan informasi produk
		I.VII	Misalnya kayak caranya jualan bisnis yang ini lebih banyak media nya dibanding bisnis yang lain
		I.VIII	Pernahka belanja parfum di mall, uniknya itu dia display didepan pas jalan masuk jadi orang yang masuk ke itu toko mau tidak mau pasti lihat dan terhirup aromanya walaupun tidak terlalu jelas yang mana itu bau kita tetap coba satu satu
		I.IX	Kalau cara jualnya tidak adapi atau kurang yang pakai
	Kesimpulan		<b>Perbedaannya tergantung jenis bisnis yang dijalanlan</b>
14	Sejauh ini penawaran unik seperti apa yang pernah anda temui?	I.IV	Sejauh ini mungkin masih penawarannya MCD yang diaplikasi karena dia kalau kita pencet menunya jelaski apa isinya itu paket
		I.V	Paling cuman itu yang lewat video video
		I.VI	Penawaran yang informasinya detail
		I.VII	Kalau saya mungkin masih umum-umum ji paling kayak misal paket bundling atau paket tebus murah
		I.VIII	Yang itu saya bilang salah satu toko retail di mall
	I.IX	Ituji mungkin sejauh ini promo paling kusuka yang hari special	
Kesimpulan		<b>Penawaran yang kasih keuntungan lebih bagi pelanggan</b>	
<i>Compatibility</i>			
15	Apakah kesesuaian harapan dan pengalaman dalam memperoleh suatu produk mempengaruhi keputusan pembelian anda sebagai konsumen?	I.IV	Mempengaruhi sekali
		I.V	Tentu
		I.VI	Tentu kesesuaian harapan mempengaruhi pembelian produk, hal ini untuk memastikan bahwa produk yang dibeli telah sesuai dengan apa yang diharapkan
		I.VII	Tentu
		I.VIII	Berpengaruh
		I.IX	Jelas itu
	Kesimpulan		<b>Kesesuaian harapan dan pengalaman mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk</b>
16	Menurut anda, bagaimana dan seperti apa bentuk metode penjualan yang efektif dalam memenuhi ekspetasi atau harapan	I.IV	Sebaiknya penjualan yang dilakukan itu sesuai dengan yang betul-betul ditawarkan
		I.V	Menurutku paling penting itu metodenya isinya jujur
		I.VI	Bentuk penjualan yang efektif untuk memenuhi harapan yaitu dengan melakukan

	anda sebagai konsumen?		penawaran yang memastikan produk tersebut sesuai dengan informasi yang tertera atau dapat juga dengan melakukan penawaran dengan menambahkan review dari orang orang
		I.VII	Yang dapat memenuhi kebutuhanta sebagai pelanggan
		I.VIII	Yang sederhana saja tidak mengada ada apalagi kalau over sekali, lebih bagus kalau yang ada digambar itu sesuai sama produk asli
		I.IX	Dapat menguntungkan pelanggan dan isi dari penjualannya itu jelas
	Kesimpulan		<b>Metode penjualan yang jujur, sederhana, tidak mengada-ada dan metode yang informatif</b>
<i>Attractiveness</i>			
17	Apakah Anda pernah tertarik atau terangsang terhadap produk karena metode atau media penjualan yang digunakan?	I.IV	Iya pernah kalau tertarik sampai membeli
		I.V	Iya biasa
		I.VI	Iya pernah
		I.VII	Pernah
		I.VIII	Iye pernah lewat cara display yang kubilang tadi
		I.IX	Iye
	Kesimpulan		<b>Seluruh informan pernah tertarik atau terangsang terhadap produk karena metode atau media penjualan</b>
18	Sejauh ini, metode penjualan apa yang telah memberikan Anda sebuah daya tarik dan rangsangan dalam memperoleh produk?	I.IV	Penjualan yang informasi produknya lengkap apalagi kalau kayak ada memangmi harganya dan murah
		I.V	Kayak misal penawaran lewat poster-poster dijalanan yang mungkin disetiap kilometer ada
		I.VI	Awalnya karena cari produk yang dibutuhkan dan tokonya membuat katalog produk melalui wa bisnis jadi sebagai konsumen sangat terbantu karena sudah mencakup informasi mengenai produk beserta dengan harganya
		I.VII	Kayak itu saya bilang tadi pernah ka borong produk sama sepupuku karena ada paket bundlingnya, karena kan tertera ki harganya jadi kita kayak terpukau deluan
		I.VIII	Kalau selain itu tadi, metode penjualan yang buatka tertarik itu paling dari cara jual yang kasi diskon
		I.IX	Kalau saya potongan harga paling menarik sih
	Kesimpulan		<b>Yang informasi produk didalamnya lengkap, poster, katalog, dan metode yang menerapkan potongan atau diskon harga.</b>
19	Seperti apa daya tarik yang dirasakan dari metode tersebut?	I.IV	Rasa percaya
		I.V	Karena sering dilihat tapi yang pastinya didorong juga sama kebutuhan
		I.VI	Menjadi daya tarik karena merasa terbantu dengan informasi yang tersedia pada katalog wa bisnis tersebu dan pelanggan juga dapat menambahkan produk pada keranjang belanja

		I.VII	Merasa diuntungkan
		I.VIII	Tidak mau ketinggalan atau kehabisan
		I.IX	Langsung kayak mau beli takut kehabisan
	Kesimpulan		<b>Daya tarik yang dirasakan adalah perasaan pribadi pelanggan seperti rasa percaya, terbantu, diuntungkan, dan takut tertinggal atau kehabisan</b>

Desain Visual			
20	Apakah anda pernah menemui suatu metode penjualan yang memanfaatkan media cetak?	I.IV	Pernah
		I.V	Iya kayak itu poster
		I.VI	Sejauh ini masih jarang, kecuali pada suatu event atau bazar
		I.VII	Pernah kayak ini majalh oriflame
		I.VIII	Pernah
		I.IX	Pernah kayak brosur termasuk toh
	Kesimpulan		<b>Semua narasumber pernah menemui metode penjualan yang menggunakan media cetak</b>
21	Bagaimana pendapat anda terkait metode penjualan melalui media cetak?	I.IV	Agak membantu karena setauku kebanyakan orang-orang sekarang itu termasuk saya malas sekali bertanya
		I.V	Bagus karena bisa dilihat baik-baik
		I.VI	Pendapat saya mengenai metode penjualan tersebut dapat dikatakan efektif untuk menimalisir penggunaan waktu yang dibutuhkan dalam melakukan pembelian sebuah produk karena dengan media cetak tersebut sudah mencantumkan produk produk yang ditawarkan beserta harganya
		I.VII	Bisaki lama lama lihat produknya
		I.VIII	Banyak informasi dia kasih pelanggan
		I.IX	Banyak informasi kita dapat tapi itumi biasa kalau yang kayak dibagikan agak kurang karena nabuang orang kalau narasa tidak nabutuhkan
	Kesimpulan		<b>Media cetak dianggap cukup efektif dalam penggunaan sebagai metode penjualan karena sifatnya yang lebih informatif</b>
22	<i>Booklet</i> merupakan salah satu media cetak yang digunakan sebagai strategi pemasaran, menurut anda dalam mendukung keputusan pembelian terhadap produk melalui media cetak, apa saja informasi yang harus calon pelanggan temukan?	I.IV	Informasi produk pastinya, dari harga, apa saja isinya, pilihannya sama apa bedanya
		I.V	Pemilihan gambar didalamnya mungkin paling penting sama tulisan atau taglinenya
		I.VI	Menurut saya informasi yang harus dicantumkan mengenai produknya semisal varian rasa, harga atau kandungan yang terdapat yang berbeda dengan produk lain
		I.VII	Kalau yang paling penting mungkin itu harga terus disusulmi sama kelengkapan informasi produknya kayak misal kandungan atau berat nya kalau produk cairan
		I.VIII	Rincian produk sama harga sih
		I.IX	Kejelasan produk dan apa penawaran special nya
	Kesimpulan		<b>Informasi, jenis, harga, dan spesifikasi produk</b>

23	Apakah menurut anda penggunaan indikator garis, bidang, ukuran, warna, dan khroma dalam menyusun media cetak penting dan patut diperhatikan?	I.IV	Untuk desain mungkin penting supaya muncul menariknya apalagi kalau rapi
		I.V	Penting
		I.VI	Untuk indikator garis bidang ukuran warna dll menurut saya juga penting untuk diperhatikan selain dari segi aturan media cetak kita sebagai calon pembeli pasti merasa tertarik kalau apa yang dilihat juga menarik mengenai produk yang ditawarkan
		I.VII	Kalau itu saya kurang tau, tapi kan hal umum ji itu kalau kita lihat sesuatu dari estetikanya juga
		I.VIII	Mungkin iye
		I.IX	Mungkin
	Kesimpulan		<b>Patut diperhatikan karena dapat memicu perhatian jika disusun dengan seksama</b>
24	Seperti apa spesifikasi terbaik dari indikator tersebut?	I.IV	Kalau digunakan atau disusun dengan baik
		I.V	Baik kalau dipilih dengan teliti jenisnya, apalagi kalau warnanya sesuai
		I.VI	Yang menarik jika disusun dengan cermat
		I.VII	Menurutku randomji setiap indicator yang jelas mereka bisa terbentuk dan memikat perhatiannya matata
		I.VIII	Kalau spesifikasinya mungkin tidak bisa detail yang jelas itu kalau disusunki cantik kelihatan
		I.IX	Kayak misal warna yang baik itu warna yang lambangkan memang itu usaha jadi kita langsung kenal
	Kesimpulan		<b>Spesifikasinya dilihat dari kebutuhan dan gabungan setiap unsur yang digunakan</b>

## Lampiran 8

### Presentasi dan Penyerahan Karya



## Lampiran 9

### Surat Keterangan Telah Presentasi



#### CIF CHICKEN

Jl. Tamalate No.4, Bonto Makkio, Kec. Rappocini  
Kota Makassar, Sulawesi Selatan

#### SURAT KETERANGAN SELESAI PRESENTASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andi Resti Masyita  
Jabatan : Pemilik Cif Chicken  
Usaha : Cif Chicken

Menerangkan bahwa Mahasiswa

Nama : Diza Ahdani Anwar  
NPM : S022020009  
Prodi : Adiministrasi Bisnis Sektor Publik  
Instansi : Politeknik STIA LAN Makassar

Telah melakukan presentasi skripsi karya berupa E-booklet sebagai media publikasi informasi baru pada Cif Chicken dengan judul "**Unique Selling Proposition sebagai Competitive Advantage Cif Chicken**".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagai kelengkapan berkas ujian SKRIPSI pada mahasiswa yang bersangkutan, atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih

Makassar, 1 Agustus 2024  
Pemilik Cif Chicken

Andi Resti Masyita

## Lampiran 10

### Surat Keterangan Telah Penelitian



#### CIF CHICKEN

Jl. Tamalate No.4, Bonto Makkio, Kec. Rappocini  
Kota Makassar, Sulawesi Selatan

#### SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andi Resti Masyita  
Jabatan : Pemilik Cif Chicken  
Usaha : Cif Chicken

Menerangkan bahwa Mahasiswa

Nama : Diza Ahdani Anwar  
NPM : S022020009  
Prodi : Administrasi Bisnis Sektor Publik  
Instansi : Politeknik STIA LAN Makassar

Telah melakukan penelitian pada Cif Chicken Makassar cabang Tamalate selama kurang lebih 3 bulan untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi karya berupa pengembangan media publikasi informasi dengan judul "*Unique Selling Proposition sebagai Competitive Advantage Cif Chicken*"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagai kelengkapan berkas ujian SKRIPSI pada mahasiswa yang bersangkutan, atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Makassar, 4 Agustus 2024  
Pemilik Cif Chicken

Andi Resti Masyita

## Lampiran 11

### Rekapitulasi Data Google Form Pengukuran Dampak Karya

Timestamp	Keterangan	Apakah menurut anda katalog/booklet tersebut mampu memenuhi kebutuhan pasar dan anda sebagai pelanggan? Mengapa demikian?	Apakah menurut anda katalog/booklet tersebut telah tepat menjadi media publikasi informasi CIF Chicken? Mengapa demikian?	Apakah publikasi katalog/booklet tersebut telah tepat disisipkan pada akun Instagram? Mengapa demikian?	Apakah menurut anda katalog/booklet tersebut memudahkan CIF Chicken dalam menyebarkan informasi? Mengapa demikian?	Apakah menurut anda adanya katalog/booklet tersebut mengefektifkan dan mengefisienkan penggunaan sumber daya CIF Chicken? Mengapa demikian?
8/2/2024 13:37:04	INFORMAN I	ya karena dengan adanya katalog konsumen lebih mudah untuk melihat menu yang ditawarkan oleh penjual jadi bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen	ya tepat karena orang bisa langsung melihat menu melalui instagram	ya tepat karena di zaman sekarang orang kebanyakan menggunakan instagram jadi akan lebih banyak yang melihat kalau di instagram	yaa karena dengan link akan lebih mudah untuk diakses	ya memudahkan sehingga sdm tidak perlu terlalu ribet untuk menjelaskan terkait menu yang ada di cif chicken
8/2/2024 13:37:49	INFORMAN II	iya memenuhi, karena dalam katalog tersebut sudah banyak tercantum informasi yang akan membantu konsumen	iya bisa dibiling tepat, krena termasuk salah satu media promosi yang dapat di publikasi ataupun secara manual. jadi tergantung kebutuhan	iya tepat. karena termasuk sosial media yg populer	iya dapat memudahkan. apalgi menggunakan eletronik booklet	iyaa. karena mengurangi jobdesk karyawan dalam hal menjelaskan menu" dan dapat memudahkan
8/2/2024 14:11:59	INFORMAN III	ya, lengkap dan menarik	yaa, penampilan menggugah selera dan sangat menarik	Ya, karena memberikan informasi yang lengkap	yaa, karena sangat lengkap dan tampilan nya enak dipandang	ya, karena pelanggan dapat langsung melihat katalog tersebut di instagram cif chicken
8/2/2024 14:19:54	INFORMAN IV	iya, karena sudah ada informasi menu beserta gambarnya. Memudahkan kami dalam memilih menu lebih lama sebelum ke outlet.	iya, karena katalog tsb informatif, sudah ada menu beserta dengan gambar dan harganya.	iya, agar lebih memudahkan kami melihat menu dan harga dari cif. Desainnya jg cantik.	iya, karena informasi terkait menu sudah lengkap.	iya, dengan adanya katalog tsb. Pelanggan tdk perlu lama melihat menu dikasir.
8/2/2024 14:20:15	INFORMAN V	iya memenuhi karena bisa mengetahui produk dengan lengkap	iya, karena dapat memberikan informasi yg jelas	iya tepat kerena memberikan informasi	iya memudahkan karena memberikan informasi kepada pelanggan	iya karena adanya informasi produk pelanggan tdk mempersulit karyawan lagi dlm bertanya
8/2/2024 15:12:39	INFORMAN VI	sangat memenuhi, karena kami sebagai pelanggan sangat terbantu dengan adanya katalog untuk mempermudah mengetahui jenis produk dan harganya	iyaa, karena kan kebanyakan dari kami para pelanggan itu sebelum melakukan pembelian, yang terlebih dahulu kami lakukan yaitu mencari tau soal produknya baik dari segi harga dll. jadi dengan dengan adanya katalog yang diselipkan pada link yang ada dibio ig itu sangat membantu bagi kami.	iya, seperti yang saya jelaskan pada pertanyaan sebelumnya untuk mempermudah kami sebagai pelanggannya untuk mengetahui jenis produk apa saja yang cif chicken jual.	iya sangat memudahkan, karena dalam katolog tersebut sudah lengkap mengenai harga, jenis produk dll yang diselipkan pada bio ig cif chicken sendiri jadi itu sangat memudahkan bagi mereka	iyaa, karena tidak perlu lagi untuk setiap hari membuat story hanya untuk membagikan mengenai harga dll pada cif chicken.
8/2/2024 15:49:53	INFORMAN VII	iya karena yang saya liat di dalamnya sudah lengkap informasinya	iya sudah tepat karena menurut saya lebih memudahkan dalam mencari informasi, tidak menyusahkan	iya, karena saya sendiri lebih sering cari informasi di instagram	iya karena saya liat dalam booklet itu sudah lengkap dari harga, promo sama gambar-gambarnya	iya karena tidak perlu repot-repot menyampaikan lagi ke konsumen terkait informasi-informasi pada cif
8/2/2024 17:06:20	INFORMAN VIII	iya, karena penyampaianya lebih singkat dan jelas	iya, karena mempermudah pelanggan	iya	iya, karena semua informasinya termuat di katalog tersebut	iya, waktu pelanggan untuk memesan lebih efisien
8/2/2024 18:19:50	INFORMAN IX	iya karena telah mempromosikan produk apa saja yang ditawarkan beserta harganya	iya. Karena salah satu bentuk media promosinya	iya. Karena menjadi sorotan pelanggan dalam memilih produk	Tentu saja dengan informasi mengenai produk hang ditawarkan	iya. Karna dengan booklet dapat dijangkau oleh kalangan tanpa batasan waktu dan media.
8/2/2024 18:25:55	INFORMAN X	mampu karena dapat melihat informasi chif chicken	tepat karena katalognya sudah berisi informasi yang dibutuhkan	tepat krm semua orang sudah menggunakan instgram sebagai media informasi	iya, karena jangkauannya lebih luas jika nantinya di post di sosial media	iyaa, krm jika adanya booklet tidak perlu lagi menggunakan media promosi word of mouth

**BIODATA MAHASISWA PROGRAM SARJANA TERAPAN  
POLITEKNIK STIA LAN MAKASSAR**



**A. DATA PRIBADI**

Nama Lengkap : Diza Ahdani Anwar  
Nomor Pokok Mahasiswa : S022020009  
Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik  
Tempat Tanggal Lahir : Makassar, 4 Maret 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Teukumar 13 Lorong 7 Baru  
No. Telepon : 085 938 358 953  
Email : [dizaahdani@gmail.com](mailto:dizaahdani@gmail.com)

**B. RIWAYAT PENDIDIKAN**

SD	SDN SUDIRMAN III MAKASSAR	Lulus Tahun 2013
SMP	SMP PONDOK PESANTREN UMMUL MUKMININ MAKASSAR	Lulus Tahun 2016
SMA	SMA NEGERI 4 MAKASSAR	Lulus Tahun 2019

**C. RIWAYAT PENYELESAIAN SKRIPSI**

Penasehat Akademik : Andi Wa Ode Suastina, S.E., M.SI.  
Pembimbing : Murtafia, S.E.I., M.M.  
Judul Skripsi : *Unique Selling Proposition Method* Sebagai *Competitive Advantage* Pada CIF Chicken