BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Adorable Projects merupakan salah satu *brand* local Indonesia yang memiliki konsumen dikalanagan muda-mudi Cimahi hingga kota-kota besar di Indonesia. Adorable Projects menyediakan pelayanan produk fashion yang berkonsetrasi pada kualitas terbaik dalam menciptakan sepatu wanita. dengan desain yang unik, menarik, dan lucu dari pengrajin sepatu professional di Bandung.

4.1.1 Sejarah Perusahaan



Berawal di Cimahi Utara, Cihanjung pada akhir tahun 2008 silam seorang mahasisiwi DKV ITENAS yang merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di kota Bandung, yang awalnya hanya iseng-iseng mencari usaha sampingan untuk jajan dengan membuat aksesoris pernak-pernik untuk wanita. Awalnya hanyalah keisengan saja demi mendapatkan uang jajan yang lebih, Ira Hanira (30) yang merupakan pemilik Adorable Projects melihat peluang yang sangat besar pada usaha ini dimana semua pihak bisa sangat diuntungkan. Pengrajin bisa dibeli dengan harga layak dan berkelanjutan, bisa menyerap

pengangguran dan membentuk lapangan kerja terutama untuk orang-orang yang tidak bersekolah dan ibu-ibu usia tidak produktif di sekitar *warehouse*.

Nama Adorable Projects sendiri merupakan gabungan dari pemikiran Iera Hanira dan suami Fajar Nugraha sendiri yang termaksud orang-orang yang *visioner* dengan melihat adanya kesempatan untuk membuat *project fashion* dengan *affordable price* yang memiliki kualitas bagus di Indonesia. Karena kebanyakan dari orang Indonesia menjual produk tiruan dari luar negeri dan bukan hanya memajukan usahan dalam negeri. Bagi Iera nama pada waktu itu dianggap tidak terlalu penting, yang penting kehadiran mereka bisa menguntungkan semua pihak dan akhirnya nama *"Adorable Projects"* yang dijadikan sebagai nama *brand* karena mudah diingat dan memiliki arti barang yang lucu.

Barang yang di produksi oleh Adorable Projects dibuat di Bandung, Jawa Barat. Adorable Projects juga bekerja sama dengan pengrajin kecil skala rumahan. Pengrajin tersebut juga ada yang dikhususkan untuk produk *Made to Order* atau produk dari design para konsumen, bentuk kerja sama antara Adorable Projects dan para pengrajin tersebut adalah kerja sama terbuka yaitu para pengrajin masih bisa mengambil permintaan dari luar selain Adorable Projects. Pengrajin yang bekerja sama dalam proses pembuatan sepatu khusus tersebut sebanyak 20 orang pengrajin, para pengrajin dibayar 100.000 untuk setiap pasang sepatu.

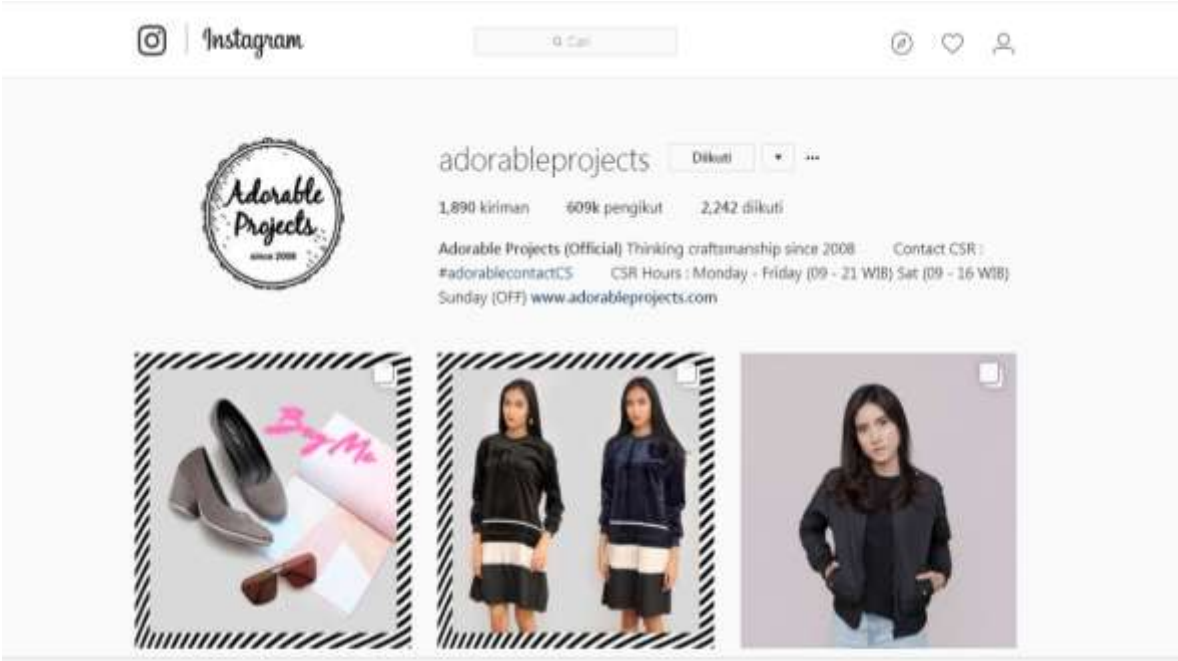


Gambar 4.1 *Made To Order* Oleh Konsumen Adorable Projects

Selain pengrajin sepatu tersebut Adorable Projects juga bekerja sama dengan 10 pengrajin sepatu lainnya untuk mengerjakan produk tas, baju dan accessories lainnya, Adorable Projects memiliki karyawan sebanyak 102 karyawan, 10 diantaranya adalah karyawan internal dan selebihnya Adorable Projects merangkul warga sekitar untuk membangun usaha mereka.

Pada akhir tahun 2009 Adorable Projects membuat akun media sosial pertama mereka yaitu Facebook dan pada tahun 2011 Adorable Projects membuat akun Instagram mereka tetapi aktif digunakan pada tahun 2013 hingga saat ini untuk memasarkan produknya melalui *online*. Saat ini targer pasar Adorable Projects adalah Instagram mereka lebih aktif di Instagram dibandingkan dengan media sosial lain yang mereka miliki, sebab menurut Adorable Projects konsumen bisa melihat update produk mereka yang baru maupun yang lama, dan memang Instagram sudah menjadi portofolio photography sejak tahun 2000an.

Adorable Projects memiliki beberapa jejaring sosial untuk pemasaran antara lain yakni Facebook, Twitter, dan Instagram. Setiap hari Adorable Projects mengunggah foto produknya di Instagram sekitar 12-15 foto per hari dan hampir sama rata semua produknya yakni sepatu, tas, dan pakaian di unggah setiap harinya.



Gambar 4.2 Profil Instagram Adorable Projects

Awal mula Adorable Projects memang hanya berjualan *accessories* seperti gelang, kalung untuk wanita saja untuk sepatu sendiri diproduksi apabila ada yang memesan saja yang terhitung sejak tahun 2009 sampai 2011. Pada akhirnya tahun 2011 hingga sekarang Adorable Projects lebih banyak memfokuskan produksi nya di bidang sepatu wanita. Awalnya Adorable Projects hanya menjadi resaler sepatu sebelum akhirnya memproduksi sepatu sendiri. Dan saat ini Adorable Projects juga memasarkan produk selain sepatu yakni tas, pakaian, dan dompet.



Gambar 4.3 Produk Adorable Projects

Proses pembuatan design produk Adorable Projects hingga jadi terbilang tidak terlalu lama hanya memerluka waktu dua hari, setiap satu pekan Adorable Projects membuat 5 design baru.

Hingga saat ini sudah kurang lebih 400.000 pcs barang yang telah diproduksi oleh Adorable Projects melalui Instagram. Setiap bulan Adorable Projects memproduksi sepatu sebanyak 240 pasang sepatu. Untuk memenuhi permintaan, pengerjaan setiap satu model sepatu harus selesai kurang dari 3 hari.

Kontribusi penjualan sepatu terhadap total penjualan Adorable Projects adalah sebesar 70% dihitung dengan penjualan tas, baju dan *accessories.*

Adorable Projects memasang harga barang mulai dari Rp.55,000 hingga Rp.285,000. 99% lokal, 1% *overseas* 100% *handmade free electricity*. Dengan visi yang cukup ketat membuat Adorable Projects mampu menjual 7,000 unit produk pada bulan-bulan biasa namun pada tahun baru penjualan produk Adorable Projects bisa mencapai 2 kali lipatnya atau setara dengan 14.000 /unit perbulan, omset Adorable Projects bisa mencapai 2 miliar rupiah pertahun dari penjualan tersebut. Adorable Projects juga tidak memiliki struktur organisasi metode kemenejerial, mereka menganggap pekerjaan mereka sebagai kekeluargaan atau dengan kata lain bekerja seperti sebuah keluarga.

Adorable Projects pun mempunyai alasan menjadikan sepatu sebagai salah satu produk utamanya untuk dipasarkan yaitu animo dari pada konsumen yang tinggi untuk memiliki produk Adorable Projects dan dengan seiring tumbuh pesatnya gaya hidup seorang konsumen jaman sekarang lebih memperhatikan penampilan *footwear*.

4.1.2 Visi dan Misi

1. Visi 2018

   Menjadi *online shopping* nasional terpercaya mempunyai pelayanan yang prima dan dapat memenuhi kebutuhan *fashion* wanita.

   Visi 2028

   Menjadi Online Shopping global dan perusahaan terkemuka di Indonesia.

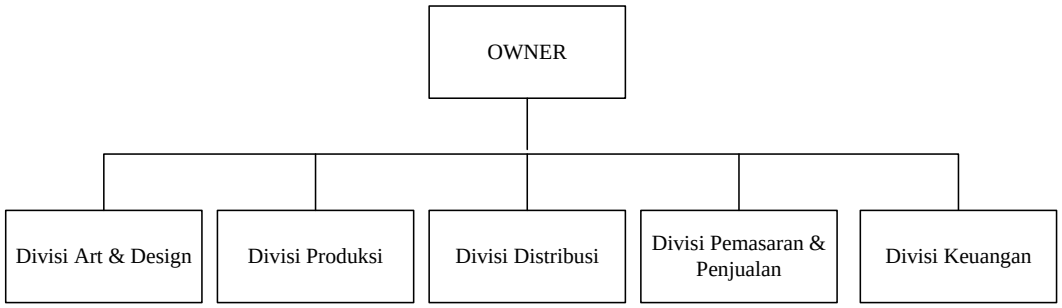
2. Misi

Untuk mewujudkan visi tersebut, maka ditetapkan beberapa misi yang harus dilaksanakan, yaitu :

- Bersama pengrajin lokal memperbaiki citra kualitas handmade, meningkatkan nilai manfaat untuk pemakai produk.
- Membentuk *attitude*, budaya kerja dan spirit yang baik dan kreatif berdasarkan prinsip-prinsip sosial yang kuat.
- Selalu berinovasi untuk meningkatkan kepercayaan diri pelanggan dalam penampilan

4.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan bagian yang sangat penting dalam penyelenggaraan kegiatan suatu organisasi atau perusahaan, karena di dalam struktur organisasi terdapat garis pendelegasian wewenang yang seharusnya dilakukan yang seecara jelas ditampilkan dalam bentuk bagan / gambar atau tabel. Berikut ini adalah struktur organisasi dari Adorable Projects.



Gambar 4.4 Struktur Organisasi Adorable Projects di Cimahi

4.1.4 Deskripsi Jabatan (*Job Description*)

Deskripsi tugas pada Adorable Projects di Cimahi adalah sebagai berikut:

1. **Owner**
   - Memantau segala bentuk kegiatan.
   - Menerima laporan atas segala bentuk kegiatan sebagai dasar dari pertanggungjawaban setiap divisi.
   - Melakukan evaluasi kerja pada setiap yang ada.
2. **Divisi Art & Design**
   - Melakukan pembuatan gambar design.
   - Memberi gambaran umum kepada Owner dalam hal kecenderungan konsumsi pasar terhadap produk, dan nilai kepuasan konsumen dan pencitraan produk dari segi design.
3. **Divisi Produksi**
   - Membantu Owner dalam merencanakan produksi.
   - Mengatur serta menjalankan aktivittas produksi perusahaan dan melakukan fungsi pengawasan terhadap kegiatan dalam bagian produksi dan fungsi koordinasi dengan semua bagian di perusahaan.
4. **Divisi Distribusi**

   Mengelola, mengarahkan, mengkoordinasikan dan mengendalikan seluruh perencanaan dan implementasi kebijakan dan strategi distribusi dan transportasi produk serta operasional gudang penyangga di seluruh Divisi

untuk memastikan ketersediaan pasokan produk di pasar dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

5. **Divisi Pemasaran Dan Penjualan**
    - Merencanakan pemasaran dan merumuskan target penjualan produk perusahaan.
    - Mengatur dan menjalankan aktivitas pemasaran dan penjualan produk perusahaan.
    - Melakukan fungsi pengawasan terhadap Supervisor bidang *wholesale*, konsinyasi dan toko dan berkoordinasi dengan semua bidang di perusahaan.
6. **Divisi Keuangan**
    - Merencanakan pendapatan dan keuangan perusahaan.
    - Mengatur dan menjalankan aktivitas keuangan perusahaan.

    Melakukan fungsi pengawasan terhadap staf bidang kuangan dan fungsi koordinasi dengan semua bagian diperusahaan

4.1.5 Aktifitas Perusahaan

Adorable Project mempunyai beberapa produk baru setiap minggunya yang difokuskan untuk dalam memenuhi segala kebutuhan di bidang *fashion* mulai dari leher hingga kaki, dengan berkomitmen memuaskan pelayanan, dengan desain yang unik, menarik, lucu, dan kualitas pada produk kerajinan tangan.

Kegiatan usaha yang dilakukan oleh Adorable Projects adalah membuat dan menjual produk-produk sendiri untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi keinginan konsumen dengan model-model produk sepatu yang mereka

inginkan. Adorable Projects menyediakan produk berkualitas tinggi kepada konsumenn daripada kuantitas tinggi tapi kualitas rendah. Kepuasan konsumen adalah tujuan Adorabe Projects. Ini semua tentang kualitas, bukan kuantitas.

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Pelaksanaan Promosi Penjualan Pada Adorable Projects Di Cimahi

Semakin ketatnya persaingan yang dirasakan oleh berbagai perusahaan khususnya dibidang *clothing* dalam menjalankan usahanya, Adorable Projects melakukan berbagai kegiatan atau cara untuk mengatasi pesaing-pesaingnya. Salah satunya meningkatkan hasil penjulan melalui promosi penjualan.

Adorable Projects di Cimahi menggunakan promosi penjualan dengan alat promosinya yaitu: kupon, diskon, premi (hadiah) dan garansi produk.

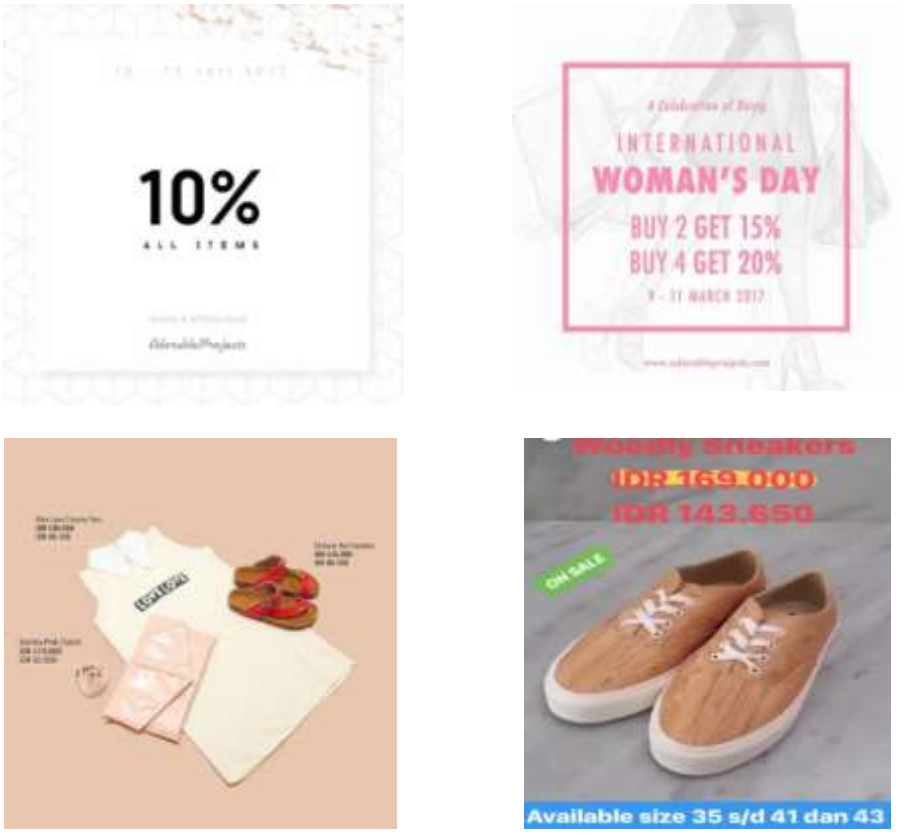
1. **Kupon**



Gambar 4.5 Kupon Adorable Projects

Adorable Projects memberikan kupon agar konsumen merasa tertarik untuk menggunakan promosi tersebut. Kupon ini biasanya diberikan saat konsumen melakukan transaksi pembelian produk Adorable Projects dengan minimal pembelian sebesar Rp 300.000,- dan selanjutnya dapat menggunakan kupon *(voucher)* yang telah diberi nominal potongan harga yang sudah ditentukan yang berlaku untuk semua jenis produk Adorable Projects.

2. Diskon



Gambar 4.6 Diskon Adorable Projects

Pemberian diskon bagi konsumen yang membeli langsung di *online* ataupun *offline store* Adorable Projects akan mendapatkan diskon sebesar 10% untuk semua jenis produk Adorable projects dengan syarat atau ketentuan yang berlaku. Diskon yang seperti ini biasanya hanya diberikan di hari-hari tertentu saja, seperti hari *weekend.* Pemberian diskon juga berlaku untuk beberapa *event* atau hari besar dunia seperti *International Women's Day* yaitu nominal diskon 15% dan 40% dengan syarat dan kentuan yang berlaku. Adorable Projects juga sewaktu-waktu memberikan diskon atau yang biasa disebut dengan *clearance sale* untuk produk yang sudah ditentukan tanpa syarat atau tanpa minimal order.

3. Premi (Hadiah)



Gambar 4.7 Premi (Hadiah) Adorable Projects

Premi (hadiah) pemberian Adorable Projects berupa *free gift* untuk *loyal customers* atau konsumen yang beruntung mendapatkan produk Adorable Projects tanpa syarat dan ketentuan yang harus konsumen lakukan. *Gift* yang diberikan Adorable Projects pun terkadang tidak hanya 1 produk untuk 1 *customers*, tetapi bisa lebih dari 1 *gift* untuk 1 *customers*. Premi

(hadiah)nya itu biasanya diberikan saat event atau hari besar seperti Hari Kartini atau saat pencapaian penjualan atau jumlah konsumen yang meningkat.

4. Garansi Produk



Gambar 4.8 Garansi Produk Adorable Projects

Penawaran garansi produk yang ada pada Adorable Projects ditentukan hanya untuk produk *reject* atau tidak sesuai dengan pesanan konsumen, tetapi penawaran garansi produk ini tetap menggunakan syarat dan ketentuan yang berlaku di Adorable Projects, yaitu berjangka waktu hanya 3 hari setelah penerimaan produk oleh konsumen, memperlihatkan bukti kekeliruan, dan jika konsumen ingin menggunakan jasa pengiriman, ongkir ditanggung oleh konsumen itu sendiri. Garansi produk yang ditawarkan hanya 2, yaitu *return* dan *refund.*

4.2.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah kosumen yang telah berbelanja di Adorable Projcts Cimahi yang kemudian diambil 100 orang responden sebagai sampel. Berikut ini adalah karakteristik responden yang mencakup jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pengeluaran dalam 1 bulan. Karakteristik masing-masing responden tersebut dapat dilihat pada table-tabel berikut :

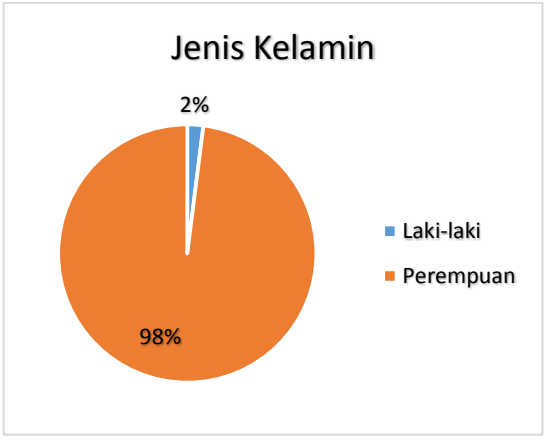
4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	2	2,0%
2	**Perempuan**	**98**	**98,0%**
Total		**100**	**100%**

Sumber : Data Primer yang yelah diolah

Gambar 4.9 Grafik Jenis Kelamin Responden



Berdasarkan tabel dan grafik 4.1 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 2 orang atau sebesar 2%, sedangkan untuk perempuan sebanyak 98 orang atau

sebesar 98%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan. Hal ini dikarenakan banyak produk Adorable Projects yang ditawarkan merupakan produk *fashion* wanita.

Menurut studi mengenai konsumen, terdapat perbedaan besar antara pria dan wanita dari sudut tanggapan mereka terhadap berbelanja dimana jika sebagian pria tidak suka berbelanja, kebanyakan wanita menyatakan menyukai pengalaman berbelanja, dan walaupun sebagian besar wanita merasakan berbelanja menyenangkan dan menggembirakan, sebagian besar pria tidak mempunyai respon yang sama (Schiffman dan Kanuk, 2008: 494).

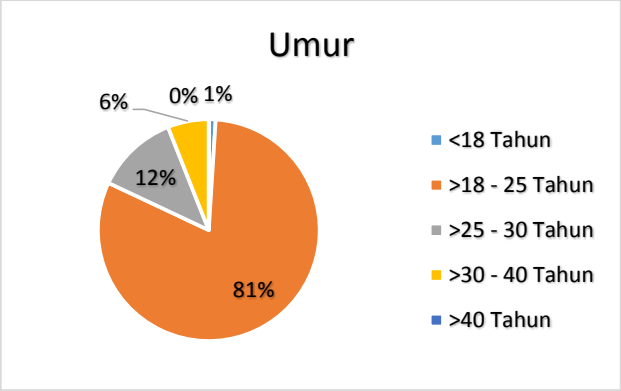
4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Usia Responden

No	Umur	Frekuensi	Persentase
1	≤18 Tahun	1	1,0%
2	**>18 - 25 Tahun**	**81**	**81,0%**
3	>25 - 30 Tahun	12	12,0%
4	>30 - 40 Tahun	6	6,0%
4	>40 Tahun	0	0,0%
Jumlah		**100**	**100%**

Sumber : Data Primer yang telah diolah

Gambar 4.10 Grafik Usia Responden



Berdasarkan tabel dan grafik 4.2 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa responden antara usia ≥18 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 1%, usia >18-25 tahun sebanyak 81 orang atau sebesar 81%, usia >25-30 tahun sebanyak 12 orang atau sebesar 12%, usia >30-40% sebanyak 6 orang atau sebesar 6%, dan responden usia >40 tahun tidak ada atau sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia >18 - 25 tahun. Hal ini disebabkan karena produk Adorable Projects lebih lebih diperuntukan untuk kalangan anak muda hingga dewasa, sehingga sangat sedikit konsumen remaja dan orang tua.

Menurut Super dan Crites dalam Catur Nugroho (2015) perbedaan usia, artinya usia anak anak, remaja, dewasa dan orang tua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.

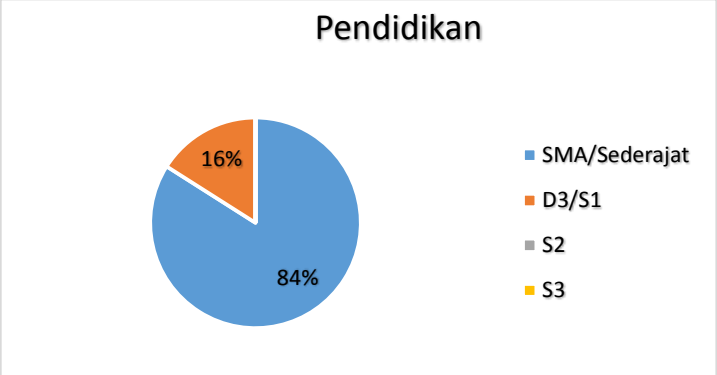
4.2.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkn Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	**SMA/Sederajat**	**84**	**84,0%**
2	D3/S1	16	16,0%
3	S2	0	0,0%
4	S3	0	0,0%
Total		**100**	**100%**

Sumber : Data Primer yang telah di olah

Gambar 4.12 Grafik Pendidikan Terakhir Responden



Berdasarkan tabel dan grafik 4.3 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMA/sederajat sebanyak 84 orang atau sebesar 84%, D3/S1 sebanyak 16 orang atau sebesar 16%, S2 tidak ada atau sebesar 0%, dan S3 tidak ada atau sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah dengan pendidikan terakhir SMA/sederajat. Hal ini dikarenakan desain dan model produk Adorable Projects lebih disukai dikalangan pelajar SMA atau sederajat yang lebih mengutamakan *fashion.*

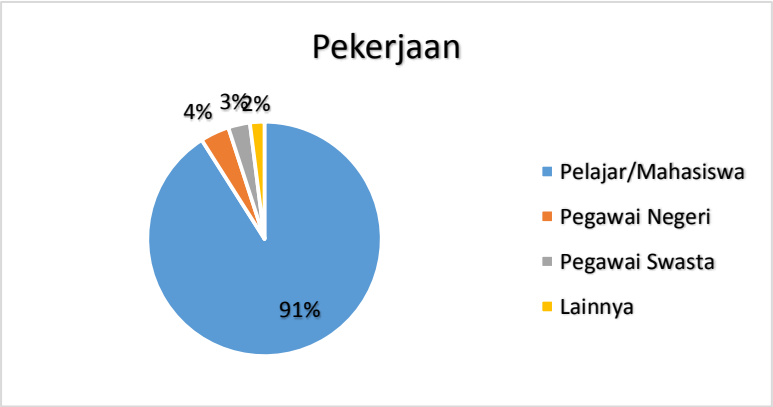
4.2.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	**Pelajar/Mahasiswa**	**91**	**91,0%**
2	Pegawai Negeri	4	4,0%
3	Pegawai Swasta	3	3,0%
4	Lainnya	2	2,0%
Total		**100**	**100%**

Sumber : Data Primer yang telah di olah

Gambar 4.8 Grafik Pekerjaan Responden



Berdasarkan tabel dan grafik 4.4 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, dapat diketahui bahwa responden dari pelajar/mahasiswa sebanyak 91 orang atau sebesar 91%, pegawai negeri sebanyak 4 orang atau sebesar 4%, pegawai swasta sebanyak 3 orang atau sebesar 3%, dan lainnya sebanyak 2 orang atau 2%. Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa. Hal ini dikarenakan pelajar/ mahasiwa lebih mengutamakan *fashion* mereka yang tidak mau ketinggalan zaman.

Menurut Felisita Anesti dalam Sandi Fitriana (2016) kerja seseorang tentu akan mempengaruhi gaya hidupnya dan beberapa aspek konsumsi barang.

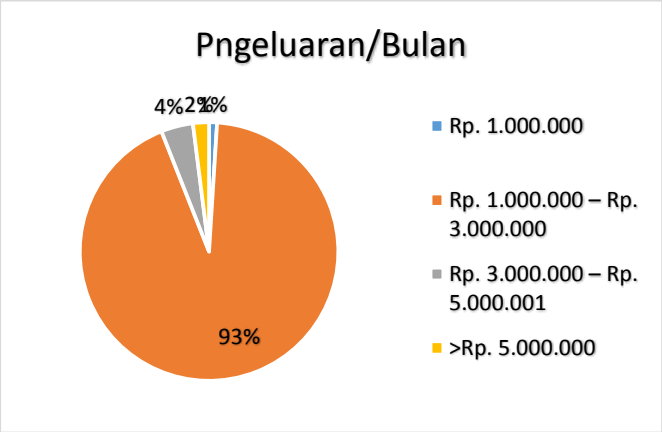
4.2.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Dalam 1 Bulan

Tabel 4.5
Pengeluaran Responden/Bulan

No	Pengeluaran/Bulan	Frekuensi	Persentase
1	≤Rp. 1.000.000	1	1,0%
2	**>Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000**	**93**	**93,0%**
3	>Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	4	4,0%
4	>Rp. 5.000.000	2	2,0%
Total		**100**	**100%**

Sumber : Data Primer yang telah di olah

Gambar 4.13 Grafik Pengeluaran Responden/Bulan



Berdasarkan tabel dan grafik 4.5 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan pengeluaran/bulan, dapat diketahui bahwa responden dengan pengeluaran ≤ Rp 1.000.000 sebanyak 1 orang atau sebesar 1%, pengeluaran >Rp 1.000.000–Rp 3.000.000 sebanyak 93 orang atau sebesar 93%, pengeluaran >Rp 3.000.000–Rp 5.000.000 sebanyak 4 orang atau sebesar 4%, dan pengeluaran >Rp 5.000.000 sebanyak 2 orang atau sebesar 2%. Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden Adorable Projects dengan pengeluaran per bulan antara lebih dari 3 juta sampai 5 juta. Hal ini dikarenakan berdasarkan pada karakteristik responden pendidikan dan pekerjaan yang artinya kebutuhan pelajar atau mahasiswa sangat banyak, seperti biaya pendidikan dan biaya sehari-hari.

Menurut Septia Nababan (2013:2132), semakin besar pendapatan seseorang maka akan semakin besar pula pengeluaran konsumsi.

4.3 Analisis Deskriptif/Kualitatif

Analisis deskriptif bertujuan untuk melihat gambaran hasil penelitian mengenai promosi penjualan dengan sampel penelitian sebanyak 100 responden. Sedangkan untuk melihat jawaban atau penilaian responden terhadap setiap

pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka dilakukan analisis deskriptif dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase, sedangkan untuk melihat penilaian responden terhadap variabel yang diteliti dapat dilihat dari nilai presentase dari hasil skor aktual dan ideal yang diperoleh. Adapun cara mencari nilai persentase maka dibuat interval, dalam penelitian ini penulis menentukan banyak kelas interval sebanyak 5 kategori sesuai banyaknya opsi jawaban pada setiap item pernyataan. Rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2004) sebagai berikut:

Tabel 4.6
Kriteria Pengklasifikasian Presentase Skor Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20%-< 36%	Sangat Tidak Menarik
2	36%-<52%	Kurang Menarik
3	52%-<68%	Cukup Menarik
4	68%-<84%	Menarik
5	84%-<100%	Sangat Menarik

Sumber : Sugiyono (2014)

4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan Pada Adorable Projects Di Cimahi

Hasil pengolahan data dan pembahasan dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden sebagai sumber data utama. Kuesioner disebarkan kepada 100 orang responden yang merupakan konsumen Adorable Projects. Kuesioner ini terdiri dari 16 item pernyataan yang diuraikan berdasarkan variable yang akan diteliti, yaitu promosi penjualan.

Pada bagian ini akan disajikan tanggapan responden mengenai promosi penjualan *Adorable Project* di Cimahi yang mencakup kupon, diskon, premi (hadiah), dan garansi produk. Hasil tanggapan responden mengenai promosi penjualan dapat dilihat pada uraian di bawah ini:

a. **Kupon**

Berikut ini adalah tanggapan responden berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada 100 orang yang merupakan konsumen *Adorable Project* dengan hasil pengolahan data sebagai berikut:

Tabel 4.7
Skor Tanggapan Responden Mengenai Kupon

No	Butir Kuesioner		Skor *(Likert Scale)*					Skor Total
			5	4	3	2	1	
1	Kupon menjadikan perhatian anda terhadap produk	F	0	1	35	43	21	**216**
		%	0,0%	1,0%	35,0%	43,0%	21,0%	
2	Kupon membuat ketertarikan anda dengan produk	F	0	0	79	8	13	**266**
		%	0,0%	0,0%	79,0%	8,0%	13,0%	
3	Kupon menjadikan anda ingin membeli produk	F	0	1	60	11	28	**234**
		%	0,0%	1,0%	60,0%	11,0%	28,0%	
4	Kupon merdorong anda membeli produk	F	0	0	59	2	39	**220**
		%	0,0%	0,0%	59,0%	2,0%	39,0%	
Kupon								**936**

Sumber: Data primer yang telah di olah, 2017

Tabel 4.7 di atas merupakan jawaban responden pada indikator kupon yang di ukur dengan 4 item pernyataan. Dari pernyataan pertama diatas diperoleh hasil bahwa mayoritas 43 orang atau sebesar 43,0% menyatakan tidak setuju bahwa dengan adanya kupon mempunyai perhatian terhadap produk Adorable Projects. Pernyataan kedua, mayoritas 79 orang atau sebesar 79,0% menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya kupon menjadi tertarik dengan produk Adorable Projects. Pernyataan ketiga, mayoritas 60 orang atau sebesar 60,0%

menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya kupon menjadi ingin membeli produk Adorable Projects. Dan pernyataan keempat, mayoritas 59 orang atau sebesar 59,0% menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya kupon menjadi terdorong untuk membeli produk Adorable Projects.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Kupon

$$\%\ skor\ aktual = \frac{Skor\ aktual}{5\ x\ 4\ x\ 100}\ x\ 100\%$$

$$\%\ skor\ aktual = \frac{936}{2000}\ x\ 100\%$$

$$\%\ skor\ aktual = 46{,}8\%$$

Tabel 4.8
Kriteria Persentase Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Sangat Tidak Menarik
2	**36.01% - 52.00%**	**Kurang Menarik**
3	52.01% - 68.00%	Cukup Menarik
4	68.01 – 84.00%	Menarik
5	84.01% - 100%	Sangat Menarik

Sumber : Sugiyono (2014)

Tabel 4.8 di atas merupakan jawaban responden pada indikator kupon Adorable Project yang di ukur menggunakan 4 item pernyataan. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai persentase yang didapat sebesar 46,8%. Nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasian presentase masih tergolong kurang menarik karena berada pada interval 36,01% - 52,00%.

Dari hasil tanggapan responden, diketahui bahwa kupon yang diberikan Adorable Projects kurang menarik untuk konsumen, ini

dikarenakan batas waktu penukaran kupon yang singkat sehingga konsumen banyak yang tidak sempat untuk menukarkannya.

Menurut Kotler & Keller (2016:624), kupon adalah sertifikat yng memberi hak kepada pemegangnya atau potongan harga yang telah ditetapkan untuk produk tertentu, dikirmkan lewat jasa pengiriman, dimasukkan ke produk lain atau dilampirkan, atau disisipkan dalam iklan majalah dan koran.

b. **Diskon**

Tabel 4.9
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Diskon

No	Butir Kuesioner		Skor *(Likert Scale)*					Skor Total
			5	4	3	2	1	
5	Diskon menjadikan perhatian anda terhadap produk.	F	0	0	82	11	7	**275**
		%	0,0%	0,0%	82,0%	11,0%	7,0%	
6	Diskon membuat ketertarikan anda dengan produk	F	1	2	54	19	24	**237**
		%	1,0%	2,0%	54,0%	19,0%	24,0%	
7	Diskon menjadikan anda ingin membeli produk	F	1	0	79	4	16	**266**
		%	1,0%	0,0%	79,0%	4,0%	16,0%	
8	Diskon merdorong anda membeli produk	F	0	0	80	1	19	**261**
		%	0,0%	0,0%	80,0%	1,0%	19,0%	
Diskon								**1039**

Sumber: Data primer yang telah di olah, 2017

Tabel 4.9 di atas merupakan jawaban responden pada indikator diskon yang di ukur dengan 4 item pernyataan. Dari pernyataan pertama diatas diperoleh hasil bahwa mayoritas 82 orang atau sebesar 82,,0% menyatakan tcukup setuju setuju bahwa dengan adanya diskon, mempunyai perhatian terhadap produk Adorable Projects. Pernyataan kedua, mayoritas 54 orang atau sebesar 54,0% menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya diskon menjadi tertarik dengan produk Adorable

Projects. Pernyataan ketiga, mayoritas 79 orang atau sebesar 79,0% menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya kupon menjadi ingin membeli produk Adorable Projects. Dan pernyataan keempat, mayoritas 80 orang atau sebesar 80,0% menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya diskon menjadi terdorong untuk membeli produk Adorable Projects.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Diskon

$$\%\ skor\ aktual = \frac{Skor\ aktual}{5\ x\ 4\ x\ 100}\ x\ 100\%$$

$$\%\ skor\ aktual = \frac{1039}{2000}\ x\ 100\%$$

$$\%\ skor\ aktual = 52{,}0\%$$

Tabel 4.10
Kriteria Persentase Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Sangat Tidak Menarik
2	**36.01% - 52.00%**	**Kurang Menarik**
3	52.01% - 68.00%	Cukup Menarik
4	68.01 – 84.00%	Menarik
5	84.01% - 100%	Sangat Menarik

Sumber : Sugiyono (2014)

Tabel 4.10 di atas merupakan jawaban responden pada indikator diskon Adorable Project yang di ukur menggunakan 4 item pernyataan. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai persentase yang didapat sebesar 52,0%. Nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasian presentase masih tergolong kurang menarik karena berada pada interval 36,01% - 52,00%.

Dari hasil tanggapan responden, diketahui bahwa diskon yang diberikan Adorable Projects kurang menarik untuk konsumen, ini dikarenakan batas masa berlaku diskon yang pendek dan nominal diskon yang rendah.

Menurut Kotler & Keller (2016:624), diskon adalah pengurangan langsung dari harga suatu barang pada pembelian selama satu periode waktu tertentu yang dinyatakan.

c. Premi (Hadiah)

Tabel 4.11
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Premi (Hadiah)

No	Butir Kuesioner		Skor *(Likert Scale)*					Skor Total
			5	4	3	2	1	
9	Premi (hadiah) menjadikan perhatian anda terhadap produk	F	0	0	65	26	9	**256**
		%	0,0%	0,0%	65,0%	26,0%	9,0%	
10	Premi (hadiah) membuat ketertarikan anda dengan produk	F	0	1	55	23	21	**236**
		%	0,0%	1,0%	55,0%	23,0%	21,0%	
11	Premi (hadiah) menjadikan anda ingin membeli produk	F	0	0	53	20	27	**226**
		%	0,0%	0,0%	53,0%	20,0%	27,0%	
12	Premi(hadiah) merdorong anda membeli produk	F	0	1	73	6	20	**255**
		%	0,0%	1,0%	73,0%	6,0%	20,0%	
Premi (Hadiah)								**973**

Sumber: Data primer yang telah di olah, 2017

Tabel 4.11 di atas merupakan jawaban responden pada indikator premi (hadiah) yang di ukur dengan 4 item pernyataan. Dari pernyataan pertama diatas diperoleh hasil bahwa mayoritas 65 orang atau sebesar 65,0% menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya premi (hadiah), mempunyai perhatian terhadap produk Adorable Projects. Pernyataan

kedua, mayoritas 55 orang atau sebesar 55,0% menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya premi (hadiah) menjadi tertarik dengan produk Adorable Projects. Pernyataan ketiga, mayoritas 53 orang atau sebesar 53,0% menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya premi(hadiah) menjadi ingin membeli produk Adorable Projects. Dan pernyataan keempat, mayoritas 73 orang atau sebesar 73,0% menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya premi (hadiah) menjadi terdorong untuk membeli produk Adorable Projects.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Premi (Hadiah)

$$\%\ skor\ aktual = \frac{Skor\ aktual}{5\ x\ 4\ x\ 100}\ x\ 100\%$$

$$\%\ skor\ aktual = \frac{973}{2000}\ x\ 100\%$$

$$\%\ skor\ aktual = 48{,}7\%$$

Tabel 4.12
Kriteria Persentase Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Sangat Tidak Menarik
2	**36.01% - 52.00%**	**Kurang Menarik**
3	52.01% - 68.00%	Cukup Menarik
4	68.01 – 84.00%	Menarik
5	84.01% - 100%	Sangat Menarik

Sumber : Sugiyono (2014)

Tabel 4.12 di atas merupakan jawaban responden pada indikator premi (hadiah) Adorable Project yang di ukur menggunakan 4 item pernyataan. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai persentase yang didapat sebesar 48,7%. Nilai tersebut jika mengacu pada kriteria

pengklasifikasian presentase masih tergolong kurang menarik karena berada pada interval 36,01% - 52,00%.

Dari hasil tanggapan responden, diketahui bahwa premi (hadiah) yang diberikan Adorable Projects kurang menarik untuk konsumen, ini dikarenakan premi (hadiah) yang diberikan tidak sesuai atau tidak cocok, sehingga tidak sedikit konsumen yang akhirnya tidak bisa menggunakan atau memakai premi (hadiah) yang diberikan Adorable Projects.

Menurut Kotler & Keller (2016:624), premi (hadiah) adalah barang-barang yang ditawarkan pada biaya relatif rendah atau gratis sebagai insentif untuk membeli produk tertentu.

d. Garansi Produk

Tabel 4.13
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Garansi Produk

No	Butir Kuesioner		Skor *(Likert Scale)*					Skor Total
			5	4	3	2	1	
13	Garansi produk menjadikan perhatian anda terhadap produk	F	1	0	60	32	7	**256**
		%	1,0%	0,0%	60,0%	32,0%	7,0%	
14	Garansi produk membuat ketertarikan anda dengan produk	F	0	0	57	6	37	**220**
		%	0,0%	0,0%	57,0%	6,0%	37,0%	
15	Garansi produk menjadikan anda ingin membeli produk	F	0	1	70	9	20	**252**
		%	0,0%	1,0%	70,0%	9,0%	20,0%	
16	Garansi produk merdorong anda membeli produk	F	0	2	70	18	10	**264**
		%	0,0%	2,0%	70,0%	18,0%	10,0%	
Garansi Produk								**992**

Sumber: Data primer yang telah di olah, 2017

Tabel 4.13 di atas merupakan jawaban responden pada indikator garansi produk yang di ukur dengan 4 item pernyataan. Dari pernyataan pertama diatas diperoleh hasil bahwa mayoritas 60 orang atau sebesar

60,0% menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya garansi produk, mempunyai perhatian terhadap produk Adorable Projects. Pernyataan kedua, mayoritas 57 orang atau sebesar 57,0% menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya ganransi produk menjadi tertarik dengan produk Adorable Projects. Pernyataan ketiga, mayoritas 70 orang atau sebesar 70,0% menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya garansi produk menjadi ingin membeli produk Adorable Projects. Dan pernyataan keempat, mayoritas 70 orang atau sebesar 70,0% menyatakan cukup setuju bahwa dengan adanya garansi produk menjadi terdorong untuk membeli produk Adorable Projects.

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Garansi Produk

$$\%\ skor\ aktual = \frac{Skor\ aktual}{5\ x\ 4\ x\ 100}\ x\ 100\%$$

$$\%\ skor\ aktual = \frac{992}{2000}\ x\ 100\%$$

$$\%\ skor\ aktual = 49{,}6\%$$

Tabel 4.14
Kriteria Persentase Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Sangat Tidak Menarik
2	**36.01% - 52.00%**	**Kurang Menarik**
3	52.01% - 68.00%	Cukup Menarik
4	68.01 – 84.00%	Menarik
5	84.01% - 100%	Sangat Menarik

Sumber : Sugiyono (2014)

Tabel 4.14 di atas merupakan jawaban responden pada indikator garansi produk Adorable Projects yang di ukur menggunakan 4 item pernyataan. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai persentase yang didapat sebesar 49,6%. Nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasian presentase masih tergolong kurang menarik karena berada pada interval 36,01% - 52,00%.

Dari hasil tanggapan responden, diketahui bahwa garansi produk yang diberikan Adorable Projects kurang menarik untuk konsumen, ini dikarenakan batas waktu garansi produk (penukaran ataupun pengembalian) yang singkat sehingga konsumen tidak sempat untuk menukarkan atau mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan yang mereka harapkan.

Menurut Kotler & Keller (2016:624), garansi produk adalah janji eksplisit atau implisit oleh penjual bahwa produk akan berkinerja dengan baik, jika tidak, penjual akan memperbaikinnya tau mengembalikan uang pelanggan sepanjang periode tertentu.

4.4 Hasil Implementasi Model

Analisa deskripsi tentang tanggapan responden terhadap promosi penjualan Adorable Projects di Cimahi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan

Variabel	Indikator	Skor Aktual	Persentase (%)	Kriteria
Promosi Penjualan	Kupon	936	46,8%	Kurang Menarik
	Diskon	1039	52,0%	Kurang Menarik
	Premi (Hadiah)	973	48,7%	Kurang Menarik
	Garansi Produk	992	49,6%	Kurang Menarik
Jumlah		**3940**	**49,3%**	**Kurang Menarik**

Sumber: Data primer yang telah di olah, 2017

Skor Total Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan

$$\%\ skor\ aktual = \frac{Skor\ aktual}{5\ x\ 16\ x\ 100}\ x\ 100\%$$

$$\%\ skor\ aktual = \frac{3940}{8000}\ x\ 100\%$$

$$\%\ skor\ aktual = 49{,}3\%$$

Tabel 4.16
Kriteria Persentase Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Sangat Tidak Menarik
2	**36.01% - 52.00%**	**Kurang Menarik**
3	52.01% - 68.00%	Cukup Menarik
4	68.01 – 84.00%	Menarik
5	84.01% - 100%	Sangat Menarik

Sumber : Sugiyono (2014)

Tabel 4.16 di atas memperlihatkan bahwa hasil persentase total skor jawaban responden pada variabel promosi penjualan. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai persentase yang didapat sebesar 49,3%. Nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasian presentase masih tergolong kurang menarik karena berada pada interval 36,01% - 52,00%. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan

responden tentang promosi penjualan kurang menarik yang didasarkan pada kupon, diskon, premi (hadiah), dan garansi produk.

- Total Skor tertinggi tentang tanggapan responden mengenai promosi penjualan terdapat pada indikator diskon dengan skor total yang diperoleh sebesar 52,0%.
- Total Skor terendah tentang tanggapan responden mengenai promosi penjualan terdapat pada indikator kupon dengan skor total yang diperoleh sebesar 46,8%.