

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara (Transkrip/Ringkasan Wawancara)

ANALISIS PENERAPAN POTONGAN HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN DI PT MARGA NUSANTARA JAYA

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

Judul Penelitian

Analisis Penerapan Potongan Harga terhadap Tingkat Penjualan di PT Marga
Nusantara Jaya

A. Pedoman Wawancara untuk PA CM (Penata Administration Commercial Marketing)

Identitas Informan

Nama : Indriyani Yulia.....

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : PA CM

Lama Bekerja : 6 bulan.....

Aspek Program Potongan Harga

1. Bagaimana proses penyusunan program potongan harga di PT Marga Nusantara Jaya?

Jawaban : untuk penyusunan program itu dilakukan oleh kantor pusat, sedangkan kita di area itu pelaksanaan menjalankan di area untuk prosesnya. Adalah biasanya melibatkan admin atau penata admin itu. Adalah membuat surat program raflaksi yang diberikan ke tim bisa tim leader, IMD dan diberikan ke outlet.

2. Apa tujuan perusahaan memberikan program potongan harga kepada pelanggan?

Jawaban : tujuannya Adalah untuk mendorong atau mendukung penjualan yang ada di outlet, jadi tujuan akhirnya Adalah untuk meningkatkan penjualan yang ada di outlet.

3. Bagaimana mekanisme penentuan besaran potongan harga?

Jawaban : untuk penentuan besaran potongan harga itu juga sudah ditentukan oleh pusat oleh dalam hal ini central commercial marketing yang ada di kantor pusat, sedangkan kami yang di area itu hanya menjalankan, jadi ketentuan itu mengikuti aturan dari pusat.

4. Produk apa saja yang memperoleh program potongan harga?

Jawaban : produk yang mendapatkan potongan harga itu bisa biasanya di kita ada produk food makanan dan juga produk farmasi, di produk food ambil contoh biasanya seperti produk choco mania, choco lito, tini wini bit, permen nano nano, hexsos. Seperti itu kalo untuk produk farmasi biasanya ada di paramex nyeri otot krim, ada minyak telon konicare atau talita.

5. Apakah seluruh pelanggan memperoleh potongan harga? Jika tidak, bagaimana ketentuannya?

Jwaban : ketentuan pelanggan yang mendapatkan program itu berdasarkan alokasi yang ditentukan oleh kantor pusat jadi misalkan dicabang tegal dapat 20 outlet misalnya jadi yang kita ambil untuk menjalankan program itu sebanyak 20 outlet, ketentuannya itu sesuai dengan yang diberikan oleh pusat.

6. Apa syarat pelanggan untuk mendapatkan potongan harga?

Jawaban ; biasanya kita lihat dari history pengambilan produk yang ada di outlet itu seberapa besar biasanya semakin besar history pengambilan itu semakin besar untuk bisa di inputkan program tersebut.

Aspek Pelaksanaan Program

7. Bagaimana proses pelaksanaan program potongan harga kepada pelanggan?

Jawaban : dimulai dari admin itu menyiapkan membuat surat program potongan harga kemudian diberikan kepada tim dan juga ditunjukan ke outletnya dan outlet itu akan melakukan penyesuain di sistem terkait harga yang akan dipotongkan di program tersebut selain itu produk baru bisa berjalan sesuai program potongan harga setelah sistem di outlet itu

disesuaikan sampai diakhirnya program selesai akan dilakukan perhitungan hasil penjualannya.

8. Bagaimana penyampaian informasi promo kepada Sales Officer maupun pelanggan?

Jawaban : penyampaiannya Adalah dari tim CM atau dari LCM menginformasikan pada sales officer ataupun juga kepada tim sales dan juga bisa disampaikan di outlet apabila outlet itu sudah ditentukan oleh sales officer ataupun tim sales jadi melalui perantaranya.

9. Berapa lama program potongan harga biasanya berlangsung?

Jawaban : bervariasi biasanya sesuai dengan tergantung dari produknya masing masing bisa berkisar antara 1 bulan sampai 3 bulan.

10. Apakah terdapat evaluasi setelah program selesai dilaksanakan?

Jawaban : ada evaluasi biasanya evaluasi itu tergantung dengan Tingkat keberhasilan programnya misalkan program itu bisa meningkatkan penjualan yang cukup signifikan itu program akan dilanjutkan periode selanjutnya tapi apabila ada hasil yang tidak menunjukkan yang cukup baik itu nanti akan dievaluasi atau akan diganti dengan program lainnya.

Aspek Penjualan

11. Bagaimana kondisi penjualan ketika program potongan harga berlangsung?

Jawaban : kondisi penjualan Ketika programnya terhadap berlaku bisa bervariasi tapi biasanya itu cenderung ada peningkatan karena dengan adanya program itu biasanya penjualan di online dibandingkan dengan tidak ada program sama sekali.

12. Produk apa yang mengalami peningkatan penjualan selama program berlangsung?

Jawaban : produknya ada beberapa tapi biasanya diambil di program potongan harga itu yang penjualannya mengalami peningkatan cukup signifikan itu biasanya di produk farmasi yaitu di produk konicare talita minyak telon biasanya itu cukup mengalami peningkatan.

13. Apakah terdapat kendala selama pelaksanaan program potongan harga?

Jawaban : untuk kendala biasanya ada di dialami biasanya kendala di stock yang ada di outlet biasanya Ketika kita menjalankan program itu misalkan stock di outlet itu tidak banyak biasanya atau menipis, biasanya harus dilakukan pengambilan ulang atau Teknik order ulang oleh sales.

14. Bagaimana upaya perusahaan mengatasi kendala tersebut?

Jawaban : untuk mengatasinya biasanya dari tim CM atau tim sales biasanya tim CM melaporkan ke tim sales untuk persediaan stocknya, kondisi stocknya yang ada di outlet yang menipis setelah itu dari tim sales akan melakukan packing order stock yang ada di outlet itu Kembali terisi .

15. Menurut Bapak/Ibu, bagaimana penerapan potongan harga dalam mendukung tingkat penjualan perusahaan?

Jawaban : menurut saya penerapan potongan harga program ini cukup bisa berdampak positif bagi penjualan yang ada di perusahaan karena dari program ini cukup menarik dari konsumen untuk membeli produk tersebut dibandingkan dengan harga yang normal pasti konsumen akan tertarik apabila produk tersebut ada pengurangan harga jadi dengan harga khusus

dengan harga yang diskon itu konsumen cenderung lebih tertarik untuk membeli sehingga itu bisa meningkatkan penjualan dari Perusahaan .

B. Pedoman Wawancara untuk LCM (Leader Commercial Marketing)

Identitas Informan

Nama : Yoga Sinata Aji.....

Jenis Kelamin : Laki-Laki.....

Jabatan : Leader Commercial Marketing

Lama Bekerja : 4 tahun.....

Aspek Strategi Pemasaran

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan?

Jawab : Kalo di Pt konimex dan juga di pt marga Nusantara jaya di segi pemasaran divisi promosi atau marketing itu kita ada 2 jenis strategi marketing yang pertama biasa kita sebut sebagai ATL yang kedua itu BTL/BDL yang pertama itu ATL yaitu strategi pemasaran yang dijalankan secara massal jadi contohnya itu menggunakan media massal yang jangkanya luas contohnya Adalah misalkan televisi, radio atau billboard yang itu jangkanya luas yang ke dua itu Below The Line (BTL) yaitu strategi pemasaran yang dijalankan dengan cangkupan yang lebih spesifik

contohnya seperti yang menyasar misalkan area tertentu misalkan bisa dijalankan di bentuk misalkan event, branding, program yang ada di outlet seperti itu .

2. Apa alasan perusahaan menggunakan strategi potongan harga?

Jawaban : potongan harga atau yang biasa kita sebut sebagai diskon alasannya Adalah program potongan harga itu bertujuan untuk mendukung penjualan yang ada di outlet itu lebih baik atau bisa meningkat jadi strateginya Adalah untuk meningkatkan penjualan yang ada di outlet atas produk-produk yang di distribusikan di outlet tersebut hal ini Adalah produk-produk dari konimex.

3. Bagaimana proses penentuan produk yang mendapatkan program potongan harga?

Jawaban : kita biasanya sudah di atur oleh kantor pusat dalam artian disini ada divisi sendiri konimex di kantor pusat yang memang tugasnya Adalah untuk menentukan produk-produk yang akan diberikan potongan harga jadi penentuannya berdasarkan strategi yang dijalankan di kantor pusat, jadi kalo kita di area menerima programnya menerima jadwalnya dan kita yang menjalankan di area.

4. Bagaimana penentuan periode program potongan harga?

Jawaban : termasuk periode potongan harga itu juga penentuannya dari kantor pusat dari central commercial marketing periodenya itu ditentukan berdasarkan timeline yang ada di masing-masing central commercial marketing jadi dari tim area itu sudah menerima dalam bentuk program yang

sudah dijadwalkan jadi biasanya periodenya bisa perbulan atau bisa per tiga bulan biasanya berkelanjutan.

Aspek Pelaksanaan

5. Bagaimana pengawasan pelaksanaan program potongan harga?

Jawaban : mengenai pengawasan programnya terutama dipotongan harga itu di kita di tim area itu ada yang namanya IMD Dimana tugas dia untuk mengelola program potongan harga ini yang dijalankan di setiap outlet atau setiap toko pengawasannya Adalah setiap IMD ini melakukan kunjungan di outlet itu yang di tapi yang dilakukan control atau melakukan pencatatan pergerakan penjualannya yang ada di outlet yang dilakukan pencatatan rutin setiap minggunya .

6. Bagaimana koordinasi antara bagian Commercial Marketing dan Sales Officer?

Jawaban : kalo untuk koordinasi antara cm dan sales itu kita koordinasi untuk penentuan outletnya yang akan kita targetkan untuk dijalankan pada potongan harga kemudian koordinasi dijalankan dalam hal pengecekan stock yang ada di outlet dan juga hasil dari penjualan yang ada di outlet yaitu kita keordinasi ke tim cm dan juga sales.

7. Bagaimana perusahaan mengevaluasi keberhasilan program potongan harga?

Jawaban : mengevaluasi penghasilan program itu di kami nah kita akan melihat hasil program yang sudah berjalan jadi misalkan kita periode programnya selama satu bulan kita akan melihat hasilnya setelah satu

bulan selesai caranya Adalah dari hasil program itu berapa produk yang terjual di outlet atau di toko nah kita bandingkan dengan penjualan yang tercatat di periode sebelumnya atau ada peningkatan penurunan itu nanti bisa di evaluasi dari situ.

Aspek Tingkat Penjualan

8. Bagaimana kondisi penjualan sebelum adanya program potongan harga?

Jawaban : untuk kondisi penjualan sebelum ada potongan harga itu biasanya yang kita melihat itu Adalah perbandingannya jadi sebelum datang potongan harga dan juga setelah datang potongan harga misalkan adanya perbedaan jadi sebelum dia datang biasanya penjualan produknya itu masih brand-brand dikarenakan diadakan program itu tujuan utamanya untuk meningkatkan penjualan jadi efeknya dampaknya Adalah terjadi peningkatan setelah program itu dijalankan.

9. Bagaimana kondisi penjualan setelah program potongan harga diterapkan?

Jawaban : kondisi penjualan setelah diterapkan biasanya itu terdapat peningkatan penjualan yang ada di outlet untuk Tingkat penjualannya bisa bervariasi jadi tergantung produk yang kita jual apa kemudian bentuk potongan harga itu seperti apa misalkan potongan harga berapa persen itu juga akan berpengaruh jadi kondisi penjualan setelah potongan harga diadakan biasanya cenderung meningkat dari sebelumnya.

10. Produk apa yang menunjukkan perubahan penjualan paling signifikan?

Jawaban : untuk produk kita biasanya ada beberapa programkan potongan harga ada beberapa produk itu bisa produk makanan, farmasi tapi biasanya

yang kita jalankan contohnya seperti konicare minyak telon kemudian ada produk makanan seperti chokolito, chokomaia, tini wini biti. Tapi kalo dilihat dari Tingkat penjualannya yang bikin lebih baik itu biasanya ada di minyak telon konicare kenapa karena harga produknya lebih tinggi dibandingkan produk makanan .

11. Faktor apa saja yang memengaruhi keberhasilan program potongan harga selain diskon?

Jawaban : biasanya yang memengaruhi keberhasilan selain program diskon sendiri atau potongan harga itu sendiri Adalah di brandingannya dari segi branding biasanya di displaynya yang ada di outlet itu biasanya diadakan program branding, sewa display yang mana itu kita akan menghias atau mengatur display lainnya supaya lebih menarik nah itu biasanya jadi factor lain yang bisa meningkatkan penjualan di outlet atas outlet tersebut.

12. Bagaimana perusahaan menilai efektivitas penerapan potongan harga terhadap tingkat penjualan?

Jawaban : kalo dari segi penilaian dari pusat biasanya kita lihat dari segi keberhasilannya itu hasil dari program tersebut telah berjalan Tingkat penjualannya seperti apa kemudian dibandingkan Tingkat penjualan sebelumnya sebelum ada program biasanya kita mengevaluasi apakah program itu masih efektif untuk bisa dijalankan atau misalkan bisa diperbaiki seperti apa sesuai kondisi yang ada di lapangan biasanya juga itu tergantung program atau kondisi yang ada di produk kompetitor yang juga

sama-sama berjalan di outlet jadi biasanya efektivitasnya dinilai dari situ
Tingkat penjualannya apakah ada peningkatan atau tidak.

C. Pedoman Wawancara untuk PA SO (Penata Administration Sales Officer)

Identitas Informan

Nama : Yesi fransiska

Jenis Kelamin :Perempuan

Jabatan : PA SO

Lama Bekerja : 2 tahun 4 bulan

Aspek Administrasi Penjualan

1. Apa tugas Bapak/Ibu dalam mendukung kegiatan penjualan?

Jawaban : tugas saya adalah membuat monitoring yang akan membantu sales untuk mencapai target seperti monitoring penjualan, monitoring program dan juga membuat rekap program.

2. Bagaimana proses pencatatan program potongan harga?

Jawaban : .proses pencatatan potongan harga itu berarti biasanya setiap minggu itu ada saya membuat rekap program yang nantinya akan dikirimkan ke grub sales.

3. Bagaimana proses administrasi ketika terdapat program potongan harga?

Jawaban : proses administrasi itu karena sales dapat info program saya, nanti kan mereka menginput orderannya itu biasanya udah langsung motong

diaplikasi jadi dari aplikasi masuk ke database dan database itu diolah untuk menjadi laporan penjualan.

4. Dokumen apa saja yang digunakan dalam pelaksanaan program potongan harga?

Jawaban : .kalo dokumen itu berdasarkan hasil inputan dari sales yang tadi saya bilang dari aplikasi sales, sales input orderan, nanti orderan itu masuk ke database penjualan, nah database penjualan itu diolah menjadi laporan penjualan yang nantinya akan dikirim ke grub sebagai acuan atas realisasi dari apa yang mereka dapat dilapangan .

Aspek Data Penjualan

5. Bagaimana pencatatan data penjualan sebelum dan sesudah program potongan harga?

Jawaban : kalo sebelum dan sesudah potongan harga yang saya tau hanya sesudah karena datanya udah jadi data setelah potongan harga data setelah diskon.

6. Bagaimana pencatatan harga normal dan harga setelah diskon?

Jawaban : .itu nanti di database nya udah ada acuannya sendiri jadi saya tidak menghitung manual.

7. Bagaimana proses penyusunan laporan penjualan?

Jawaban : .laporan penjualan itu seperti yang tadi dibilang dari inputan sales masuk ke database nanti dari database diolah melalui excel.

8. Apakah terdapat perubahan jumlah transaksi selama program potongan harga berlangsung?

Jawaban : .harusnya sih iya karena kalo ada potongan harga pasti customer lebih tertarik.

9. Bagaimana proses pengarsipan data Consumer Promo?

Jawaban : kalo pengarsipan data mungkin itu lebih ke bagian marketing .

Aspek Evaluasi

10. Bagaimana perusahaan menggunakan data penjualan sebagai bahan evaluasi program potongan harga?

Jawaban : kalo menurut saya sih gak fokus kepotongan harga lebih ke fokus target sama realisasi penjualannya.

11. Apa kendala yang sering dihadapi dalam pengelolaan data penjualan?

Jawaban : kendalanya selama ini gak ada sih

D. Pedoman Wawancara untuk SO (Sales Officer)

Identitas Informan

Nama : Paulus dwijo saputro

Jenis Kelamin : laki-laki.....

Jabatan : Sales Officer

Lama Bekerja : maret 2019

Aspek Pelaksanaan Penjualan

1. Bagaimana proses penawaran produk kepada pelanggan?

Jawaban : proses penawaran biasanya teman² sales itu membawa sampel produk terus dari sampel produk dia menawarkan ke pelanggan dengan kondisi harga terus program² terus baik untuk program sell in maupun program sell out kalo ada.

2. Bagaimana cara menawarkan program potongan harga kepada pelanggan?

Jawaban : kalo untuk menawarkan potongan harga relatif lebih mudah biasanya tinggal dikomunikasikan ke buyer nanti kita cman komunikasikan ada program bentuk nya seperti apa misalkan bentuk programnya potongan harga nanti kita sebutkan program potongan harga item atau produknya apa besaran potongannya berapa periode programnya sampai kapan nanti dari buyer kalo sudah di acc tinggal dijalankan.

3. Bagaimana respon pelanggan terhadap program potongan harga?

Jawaban : kalo respon pastinya senang karena yang namanya potongan harga atau program inikan bisa meningkatkan penjualan di toko konsumen pun pasti senang karena dia dapet diskon.

4. Produk apa yang paling banyak diminati ketika ada program potongan harga?

Jawaban : kalo yang biasa dimainkan di kami di margasusantara jaya yang biasanya dijalankan itu konicare jadi ada minyak kayu putih minyak telon atau bisa disebut konicare grub kalo kita sebut kalo untuk yang food makanan kita hampir tidak ada potongan harga .

5. Apakah pelanggan lebih tertarik membeli ketika terdapat potongan harga?

Jawaban : pastinya ya itu sudah jadi psikologisnya itu² jika ada potongan kalo ada diskon pasti lebih tertarik yang biasa ambil satu bisa jadi dia ambil dua ya karena yang namanya potongan harga itu kan gak setiap ada.

Aspek Tingkat Penjualan

6. Bagaimana kondisi penjualan ketika tidak terdapat program potongan harga?

Jawaban : kalo gak ada program biasanya penjualannya penjualan standar artinya sell in itu misalnya kebutuhan ditoko dia biasa jual satu bulan misalnya katakanlah 500 ribu pasti dia stocknya pasti di angka itu ketika ada program ini dia nambah sampai 20 sampai 50% tambahannya katakanlah misalnya 500 ribu bisa jadi dia tambahan order bisa ngestock bisa sampai di angka 700-900.

7. Bagaimana kondisi penjualan ketika program potongan harga berlangsung?

Jawaban : kalo ada program biasanya peningkatan penjualan itu sudah jadi hal yang umum kalo misalnya ada program biasanya ada peningkatan.

8. Apakah terdapat peningkatan jumlah pembelian pelanggan selama program berlangsung?

Jawaban : seperti yang tadi ketika ada peningkatan penjualan otomatis pembeli pun mestinya naik cman kalo untuk pembelinya apakah jumlah pelanggan jumlah konsumen yang beli meningkat ya kita tidak tau tapi bisa

jadi pelanggan yang biasa royal atau konsumen yang biasa beli bisa jadi dia biasa ambil cman satu ketika ada program jadi dia bisa ambil 3,4 .

9. Kendala apa yang sering dihadapi dalam menawarkan program potongan harga?

Jawaban : kalo kendala cenderung tidak ada, itu biasa yang ditunggu² sama toko karna bisa bantu meningkatkan penjualan mereka.

10. Menurut Bapak/Ibu, bagaimana penerapan potongan harga membantu meningkatkan penjualan produk?

Jawaban : .pertanyaannya meningkat atau gak pasti karena salah satu bantuan biar produk ke luar dari outlet salah satunya adalah potongan harga, namanya program itu macam² potongan harga atau raffle ini hanya salah satunya saja kadang² dipakai buat banned, banned itu misalnya beli produk konicare berarti bonusnya misalnya popok, tapi dalam konteks potongan harga itupun cukup menarik di konsumen toko tertentu.

Data/Dokumen yang Dibutuhkan Sesuai Arahan Dosen

11. Profil PT Marga Nusantara Jaya.
12. Struktur organisasi perusahaan.
13. Data Consumer Promo.
14. Daftar produk yang mengikuti program potongan harga (misalnya produk Konicare).
15. Data harga normal setiap produk.
16. Data harga setelah memperoleh potongan harga.
17. Data penjualan sebelum adanya program potongan harga.

18. Data penjualan selama program potongan harga.
19. Brosur atau leaflet promo.
20. Dokumentasi pelaksanaan program potongan harga.
21. Rekapitulasi penjualan produk.
22. Foto kegiatan observasi di perusahaan.
23. Hasil wawancara dengan:
 - PA CM (1 orang)
 - LCM (1 orang)
 - PA SO (1 orang)
 - SO (1 orang)
24. Dokumen pendukung lain yang berkaitan dengan pelaksanaan program potongan harga.

Dasar Penyusunan Instrumen

Instrumen wawancara ini disusun berdasarkan fokus penelitian mengenai penerapan potongan harga terhadap tingkat penjualan di PT Marga Nusantara Jaya. Indikator yang digunakan meliputi kebijakan program potongan harga, mekanisme pelaksanaan, strategi pemasaran, administrasi penjualan, pelaksanaan penjualan, serta kondisi tingkat penjualan sebelum dan sesudah penerapan program potongan harga. Penyusunan instrumen mengacu pada metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2022) dan Creswell & Creswell (2018) sehingga pertanyaan diarahkan untuk menggali informasi secara mendalam sesuai dengan tujuan penelitian.

Lampiran 2 Data Penjualan produk konicare Januari-Juni 2026

2	PELANGGAN	NAMA_PRODUK	202601	202602	202603	202604	202605	202606	Grand Total	BERATA JAN - MEI	% GROWTH	CONSUMER PROMO	PERIODE
3	BASA_TO	KONICARE MINYAK KAYU PUTIH HOT 60 ML	12		6	12		12	42	10	120%	KONICARE MINYAK TELON	PERIODE DE JUNI 2026
4		KONICARE MINYAK TELON 125 ML	24	24	48			84	144	32	150%		RAPRAS/POTONGAN HARGA
5		KONICARE MINYAK TELON PLUS 125 ML	12	7	48	12	42	108	282	44	248%	VARIAN 60 ML	300
6	BAYI CERIA, BS	KONICARE MINYAK TELON 125 ML	20	5	7	12	16	24	84	12	200%	VARIAN 125 ML	500
7		KONICARE MINYAK TELON 60 ML	6	6	3	6	6	18	43	5	296%	VARIAN 30 ML	150
8		KONICARE MINYAK TELON PLUS 125 ML	12	12		12	21	37	94	14	260%		
9		KONICARE MINYAK TELON PLUS 30 ML			11	6	6	12	35	5	137%		
10		KONICARE MINYAK TELON PLUS 60 ML			5	6	6	12	34	6	218%		
11		KONICARE TELON EXTRA LEMONGRASS 125 ML				6	6	6	18	6	100%		
12		KONICARE TELON EXTRA LEMONGRASS 60 ML	2			3		6	11	3	240%		
13	MITRA SM	KONICARE MINYAK TELON 125 ML		12	12		12	36	12	12	100%		
14		KONICARE MINYAK TELON 30 ML				12		16	16			#VALUE!	
15		KONICARE MINYAK TELON 60 ML	12	12		12		16	16	12	200%		
16		KONICARE MINYAK TELON PLUS 125 ML	12	24		12	24	72	16	16	150%		
17		KONICARE MINYAK TELON PLUS 3 IN 1 60 ML					12	12	12			#VALUE!	
18		KONICARE MINYAK TELON PLUS 60 ML	12	12	24		12	24	84	16	160%		
19		KONICARE TELON EXTRA LEMONGRASS 125 ML					6	12	18	6	200%		
20	MUTIARA CAHAYA BARU, SM (MC 04)	KONICARE MINYAK TELON 125 ML			3	6		12	21	5	267%		
21		KONICARE MINYAK TELON 60 ML				6		12	18	6	200%		
22		KONICARE MINYAK TELON PLUS 125 ML	12				24	36	12	12	200%		
23		KONICARE MINYAK TELON PLUS 30 ML	12		12		24	36	24	36	200%		
24		KONICARE MINYAK TELON PLUS 60 ML	12		24		24	36	36	12	200%		
25		KONICARE TELON EXTRA LEMONGRASS 125 ML			6			6	12	6	100%		
26		KONICARE TELON EXTRA LEMONGRASS 60 ML			6			12	18	6	200%		
27	MUTIARA CAHAYA TEGAL, SM (MC 05)	KONICARE MINYAK TELON 125 ML			3			24	36	9	200%		
28		KONICARE MINYAK TELON 60 ML	12				24	36	36	12	200%		
29		KONICARE MINYAK TELON PLUS 125 ML				12	12	24	24	12	100%		
30		KONICARE MINYAK TELON PLUS 30 ML	12				6	18	18	12	50%		
31		KONICARE MINYAK TELON PLUS 60 ML	12				12	24	24	12	100%		
32		KONICARE TELON EXTRA LEMONGRASS 125 ML			6			6	12	6	100%		
33		KONICARE TELON EXTRA LEMONGRASS 60 ML	12				12	24	24	12	100%		

Lampiran 3 Data Dokumentasi Costumer Promo / Potongan Harga



Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian (Wawancara)

	Nama : Yoga Sinata Aji Jabatan : LCM (Local Commercial Marketing)
	Nama : Paulus Dwijo Saputro Jabatan : SO (Sales Officer)
	Nama : Yesi Fransiska Jabatan : PA SO (Penata Administrasi Sales Officer)