



## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

### 5.1 Simpulan

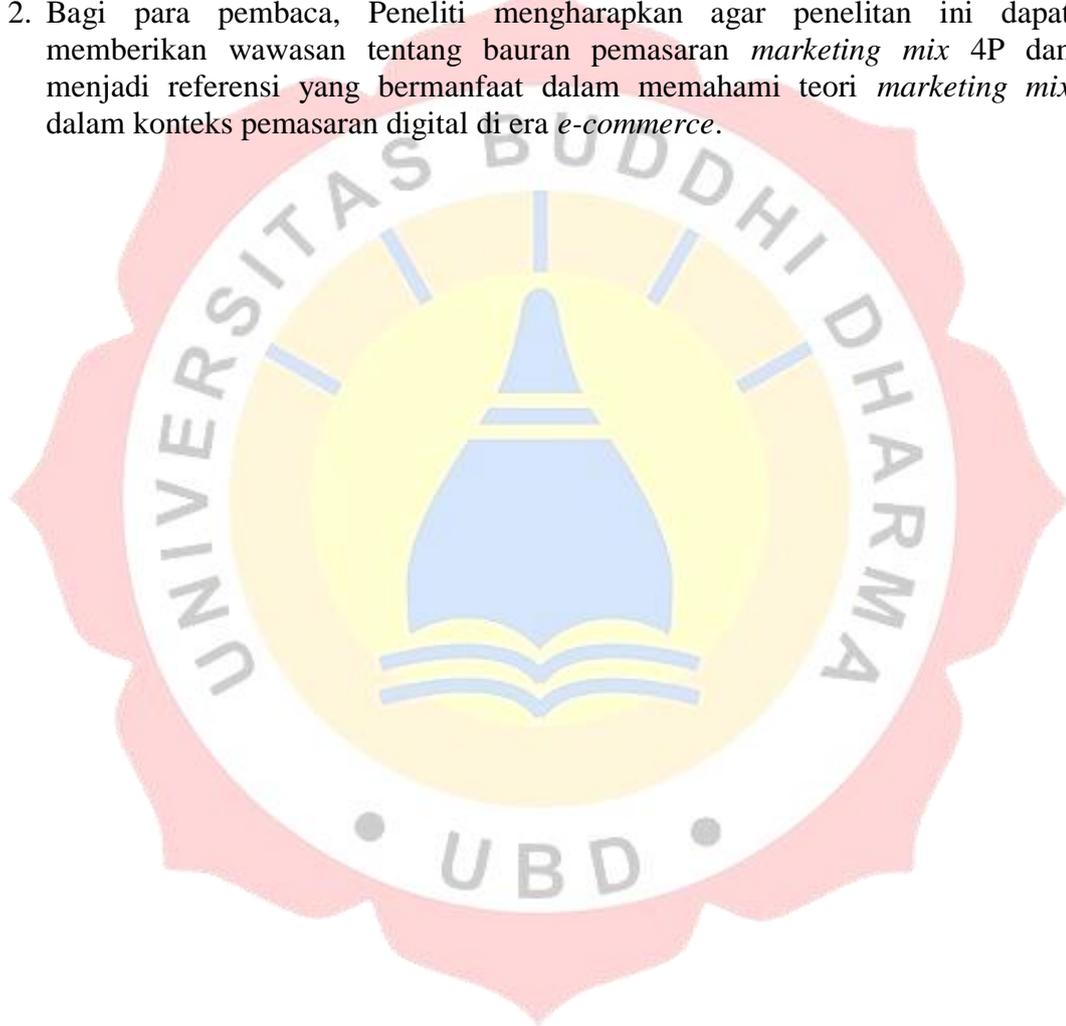
Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan marketing mix 4P (Produk, Harga, Tempat, dan Promosi) oleh Ravenol Indonesia di Tokopedia cukup berhasil dalam meningkatkan penjualan produk. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan penjualan produk Ravenol di Tokopedia yang mencapai 50 – 100 item setiap harinya.

Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi pada keberhasilan penerapan marketing mix 4P Ravenol Indonesia di Tokopedia yaitu dari faktor produk, Ravenol Inonesia sudah menawarkan produk-produk berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif. Dari sekian banyaknya produk yang ditawarkan oleh Tokopedia Ravenol Indonesia, produk yang laris di pasaran adalah oli mesin karena penjualan setiap harinya lebih besar dibanding lainnya. Untuk segi harga, Ravenol Indonesia telah menerapkan strategi harga sesuai dengan tujuan target pasar mereka. Untuk media penjualan, Ravenol Indonesia telah memanfaatkan Tokopedia secara optimal untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Promosi yang telah dilakukan telah efektif untuk meningkatkan *brand awareness* dan menarik minat konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran yang dapat diberikan oleh penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk peneliti selanjutnya, Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat menjadi referensi bagi siapapun yang akan meneliti selanjutnya, yang relevan dengan penelitian ini dalam hal bauran pemasaran *marketing mix 4P*. Saya menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, namun peneliti berharap agar peneliti selanjutnya dapat memiliki perspektif dan pemikiran yang kritis lebih dalam mengenai bauran pemasaran *marketing mix 4P*.
2. Bagi para pembaca, Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bauran pemasaran *marketing mix 4P* dan menjadi referensi yang bermanfaat dalam memahami teori *marketing mix* dalam konteks pemasaran digital di era *e-commerce*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aida, "Pengertian Komunikasi Pemasaran Menurut Para Ahli", mas-alahrom.my.id, <https://mas-alahrom.my.id/eko/pengertian-komunikasi-pemasaran-menurut-para-ahli/>. (diakses pada 10 Juli 2024), Pada pukul 14:00 WIB.
- Bakhitah, N. A. & Lusia, A. (2023). Pengaruh strategi marketing mix (4P) dalam upaya meningkatkan kinerja pemasaran pada masa pandemi covid-19 (Studi kasus pada Geffa Production Sukoharjo). *Jurnal Sinar Manajemen*, 102-115.
- Creswell, W. J. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Effendy, U. O. (2011). *Ilmu komunikasi teori dan prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hartini, & Maulana, D. M. (2023). Strategi pemasaran menggunakan e-commerce Tokopedia untuk meningkatkan penjualan. *Journal of Islamic Economic and Law*, 1-11.
- Jati, S. W. (2019). Strategi penerapan marketing mix (4P) pada pemasaran produk uwitan wooden craft. *Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*.
- Kotler, P., & Amstrong. (2015). *Marketing an introducing prentice hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Lupi, F. R., & Nurdin, N. (2016). Analisis strategi pemasaran dan penjualan e-commerce pada tokopedia.com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 20-29.
- Mas'ari, A., Hamdy, I. M., & Safira, D. M. (2019). Analisa strategi marketing mix menggunakan konsep 4P (price, product, place, promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*, 79-86.
- Putri, A. M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Pakaian di Toko Batik Sumber Lawang. *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Ulandari, O. (2023). Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes "Sumber Rejeki" Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi*, 183-195.
- Vildayanti, A. R. (2020). Analisis strategi marketing mix (4P) dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan jasa periklanan Bigevo di Jakarta Selatan tahun 2019. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 247-272.
- Tika Ulfianinda, "Strategi Pemasaran 4P: Product, Price, Promotion, dan Place", maserp, <https://www.mas-software.com/blog/strategi-pemasaran-4p-mix-marketing>. (diakses pada 30 Oktober 2023), Pada pukul 09:20 WIB



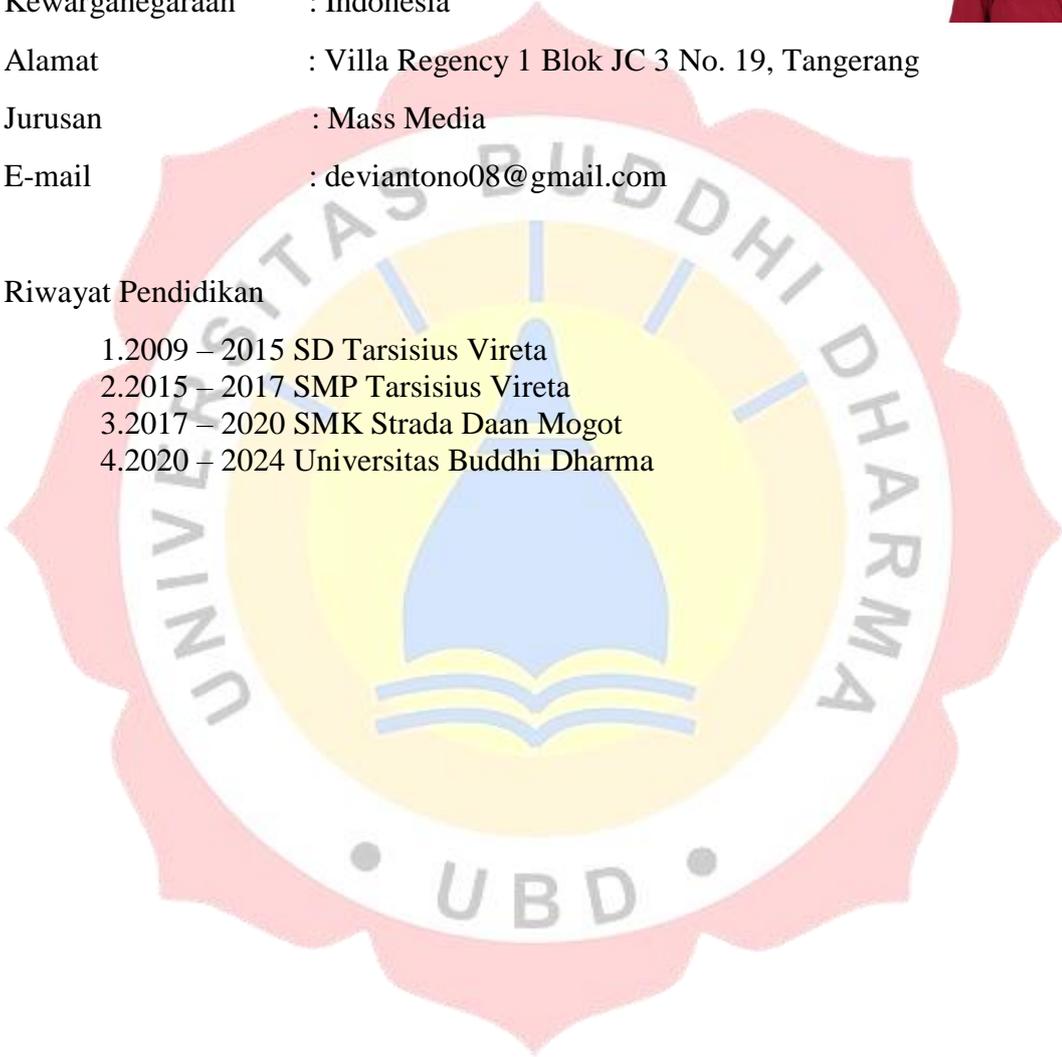
## RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama Lengkap : Devi Permata  
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 1 Agustus 2002  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Buddha  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Villa Regency 1 Blok JC 3 No. 19, Tangerang  
Jurusan : Mass Media  
E-mail : deviantono08@gmail.com



### Riwayat Pendidikan

- 1.2009 – 2015 SD Tarsisius Vireta
- 2.2015 – 2017 SMP Tarsisius Vireta
- 3.2017 – 2020 SMK Strada Daan Mogot
- 4.2020 – 2024 Universitas Buddhi Dharma



# LAMPIRAN

## Profil Tokopedia Ravenol Indonesia

The screenshot displays the Tokopedia profile page for Ravenol Indonesia. At the top, the store name "Ravenol Indonesia" is shown with a 4.9 rating and a "Libur" (Closed) status. Below this, a grid of products is visible, including "GRAPHENE COATING", "Polar Cold - AC Booster", "TUNAP 724", "SUPER RUST REMOVER", and "OLI RAVENOL HCS SW-40". Each product listing includes an image, a brief description, and the price. On the left side, there is a sidebar menu with categories like "Diskon", "Produk Terjual", and "RAVENOL GOLD SERIES". The bottom of the page features a large, semi-transparent watermark of the logo for Universitas Bina Darma (UBD).



### Daftar Pertanyaan Key Informan

- 1.Sudah berapa lama Tokopedia Ravenol Indonesia dibuka? Dan bagaimana bisa terbentuk?
- 2.Berapa banyak penjualan Ravenol Indonesia di Tokopedia setiap harinya?
- 3.Apa yang membuat anda sebagai marketing tertarik untuk melakukan penjualan di Tokopedia?
- 4.Apakah ada target khusus untuk melakukan penjualan di Tokopedia?
- 5.Apakah ada campaign yang dilakukan oleh anda untuk meningkatkan penjualan di Tokopedia?
- 6.Selama mengelola Tokopedia apakah ada kompetitor yang bersaing ketat dengan Ravenol Indonesia?

#### *Product*

- 7.Produk apa saja yang dijual oleh Ravenol Indonesia di Tokopedia?
- 8.Apa saja produk yang laku terjual dan banyak peminatnya sehingga dibeli oleh para konsumen?

#### *Price*

- 9.Berapa kisaran harga produk yang dijual Ravenol Indonesia di Tokopedia?
- 10.Apakah harga yang ditawarkan sudah sepadan dengan kualitas yang diberikan ke pelanggan?

#### *Place*

- 11.Marketplace apakah yang digunakan oleh Ravenol Indonesia untuk mengadakan penjualan?

#### *Promotion*

- 12.Bagaimana cara Ravenol Indonesia melakukan promosi secara online untuk meningkatkan penjualan di Tokopedia?
- 13.Apakah ada kendala selama melakukan promosi pada Tokopedia Ravenol Indonesia?
- 14.Adakah strategi yang dilakukan agar para customer kembali *repeat order*?

#### Tambahan :

- 1.Adakah kendala yang dialami saat proses pengiriman barang ke customer?
- 2.Apakah ada promosi yang dilakukan diluar Tokopedia Ravenol Indonesia?

### Daftar Pertanyaan Informan

1. Apakah anda sudah lama menjadi pelanggan di Tokopedia Ravenol Indonesia?
2. Darimana anda tahu info tentang Tokopedia Ravenol Indonesia?
3. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk disini?

#### *Product*

4. Produk apa yang anda beli di Tokopedia Ravenol Indonesia?
5. Sudah berapa kali anda berbelanja disini?

#### *Price*

6. Berapa harga produk yang anda beli?
7. Menurut anda, apakah harga produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas yang di dapat?

#### *Place*

8. Selain di Tokopedia apakah anda pernah membeli produk Ravenol Indonesia di marketplace lain?

#### *Promotion*

9. Menurut anda apakah strategi promosi yang ditawarkan oleh Ravenol Indonesia telah efektif untuk menarik minat beli para pelanggan di Tokopedia?

#### Tambahan :

10. Apakah anda akan menawarkan produk yang dijual oleh Tokopedia Ravenol Indonesia kepada teman?
11. Kedepannya apakah anda akan membeli kembali produk di Tokopedia Ravenol Indonesia?
12. Apa saran anda selaku pelanggan di Tokopedia Ravenol Indonesia?

## HASIL WAWANCARA

Hasil transkrip wawancara dengan *Key Informan* (*Marketing Tokopedia Ravenol Indonesia*)

Nama : Steven

Usia : 28 tahun

Jabatan : *Marketing*

Tempat / Tanggal : 11 Juli 2024 / Gading Serpong

Proses : Bertemu langsung



1. Sudah berapa lama Tokopedia Ravenol Indonesia dibuka? Dan bagaimana bisa terbentuk?

Jawaban :

*“Kalau misalkan terbukanya atau berdirinya Ravenol Indonesia di Tokopedia ini sudah dari tahun 2018. Nah, jadi bagaimana bisa terbentuk?”*

*Karena memang tujuannya itu sendiri adalah untuk supaya orang lain itu bisa membeli produk kita dari seluruh Indonesia.”*

2. Berapa banyak penjualan Ravenol Indonesia di Tokopedia setiap harinya?

Jawaban :

*“Kalau misalkan kira - kira rata - rata penjualan produk di Ravenol Indonesia itu bisa kisaran 50 -100 item per hari.”*

3. Apa yang membuat anda sebagai marketing tertarik untuk melakukan penjualan di Tokopedia?

Jawaban :

*“Yang membuat saya tertarik itu karena pertama itu dari segi Tokopedia UI -nya sendiri itu lebih mudah dipahami dibandingkan kompetitor lain. Dan juga kan biasanya kalau misalkan untuk produk kita ini kan bisa dibidang lebih secara ke otomotif ya. Dan tentunya untuk peminatnya itu lebih banyak pria dibandingkan wanita. Dan pernah waktu itu juga ada riset bahwa untuk pria itu lebih menyukai berbelanja di Tokopedia dibandingkan di kompetitor yang lainnya. Nah, jadi makanya itu sih yang membuat kita lebih yakin untuk membuka toko online, online shop ini di Tokopedia.”*

4. Apakah ada target khusus untuk melakukan penjualan di Tokopedia?

Jawaban :

*“Untuk target khusus itu adalah palingan ini sih, target untuk nominal setiap bulannya. Iya. Kita harus bisa menyentuh di angka berapa dan biasanya setiap tahun itu tentunya pasti ditargetkan untuk ada kenaikan sih untuk target per bulannya sih.”*

5. Apakah ada *campaign* yang dilakukan oleh anda untuk meningkatkan penjualan di Tokopedia?

Jawaban :

*“Kalau untuk *campaign* sendiri palingan kita ada in untuk seperti diskon toko, voucher toko segala macam. Terus juga kalau misalkan lagi ada payday sale atau nggak, angka kembar kayak 77. Menang seperti itu, nah kita biasanya juga adakan promo menarik supaya orang itu atau customer lebih tertarik untuk berbelanja di toko kita.”*

6. Selama mengelola Tokopedia apakah ada kompetitor yang bersaing ketat dengan Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Jujur kalau misalnya kompetitor itu pasti tentunya ada ya, apalagi brand lain gitu kan. Cuma tetap kita sejauh ini itu ya masih bisa lah untuk bisa, sejauh ini kita masih bisa bersaing dengan kompetitor yang lainnya.”*

#### *Product*

7. Produk apa saja yang dijual oleh Ravenol Indonesia di Tokopedia?

Jawaban :

*” Di toko kita itu yang pasti tentunya itu ada oli mesin, oli mesin pun juga ada pilihannya untuk motor, mobil juga. Nah selain itu kita juga ada jual aditif ya kan, lalu juga ada berikutnya ada seperti tools -tools. Jadi kalau misalkan mungkin bengkel lain atau mungkin secara pribadi kalau customer butuh tools untuk DIY atau do it yourself, nah itu mereka juga bisa.”*

8. Apa saja produk yang laku terjual dan banyak peminatnya sehingga dibeli oleh para konsumen?

Jawaban :

*“Kalau tentunya yang pasti yang pertama itu adalah yang paling laku itu tentunya adalah oli mesin ya. Karena kan Ravenol sendiri itu bergerak di oli mesin. Nah setelah yang pertama oli mesin, lalu yang kedua itu adalah aditif oli sih biasanya. Customer banyak juga yang sering repeat order”*

#### *Price*

9. Berapa kisaran harga produk yang dijual Ravenol Indonesia di Tokopedia?

Jawaban :

*“Kalau untuk produk kita itu startnya itu dari angka 50 ribu sih. Sampai ratusan ribu gitu ada.”*

10. Apakah harga yang ditawarkan sudah sepadan dengan kualitas yang diberikan ke pelanggan?

Jawaban :

*“Tentunya kita sangat yakin bahwa dengan harga kita sekarang saat ini yang berada di pasaran Tentunya sangat berbanding dengan kualitas yang bisa kita berikan di dalam produk kita.”*

#### *Place*

11. Marketplace apakah yang digunakan oleh Ravenol Indonesia untuk mengadakan penjualan?

Jawaban :

*“Selain dari Tokopedia kita ada satu marketplace lagi yaitu Shopee”*

*Promotion*

12. Bagaimana cara Ravenol Indonesia melakukan promosi secara online untuk meningkatkan penjualan di Tokopedia?

Jawaban :

*“Kalau misalkan itu palingan kita lebih harus lebih bisa bervariasi ya untuk promo -promonya. Jadi diusahakan untuk setiap bulannya itu ada promo yang berbeda, jadi bukan promo yang apa ya promo yang berulang gitu atau mungkin promo yang berkelanjutan tapi udah lama itu mungkin udah berapa lama sekali. Tapi baru ini kita jalanin itu enggak sih lebih ke promo yang memang betul selalu baru promonya bervariasi lah promonya.”*

13. Apakah ada kendala selama melakukan promosi pada Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Untuk kendala sejauh ini sih gak ada ya justru malahan dengan adanya promosi di Tokopedia lebih meningkatkan penjualan kita sih.”*

14. Adakah strategi yang dilakukan agar para customer kembali *repeat order*?

Jawaban :

*“Pertama tentunya kita juga harus bisa menjaga hubungan baik dengan customer. Jadi, walaupun ibarat kata customer tanda kutip bawel ke kita untuk menanyakan tentang ini tentang itu, tetap kita harus bisa membalas atau memberikan jawaban yang ramah. Sehingga customer pun bisa tetap nyaman untuk berbelanja di kita, jadi kalau misalnya mungkin customer pun juga ada yang tidak paham tentang produk jadi jangan ragu, untuk customer bisa langsung tanya aja ke admin kita dan admin kita siap untuk membantu menjawab.”*

Tambahan :

15. Adakah kendala yang dialami saat proses pengiriman barang ke customer?

Jawaban :

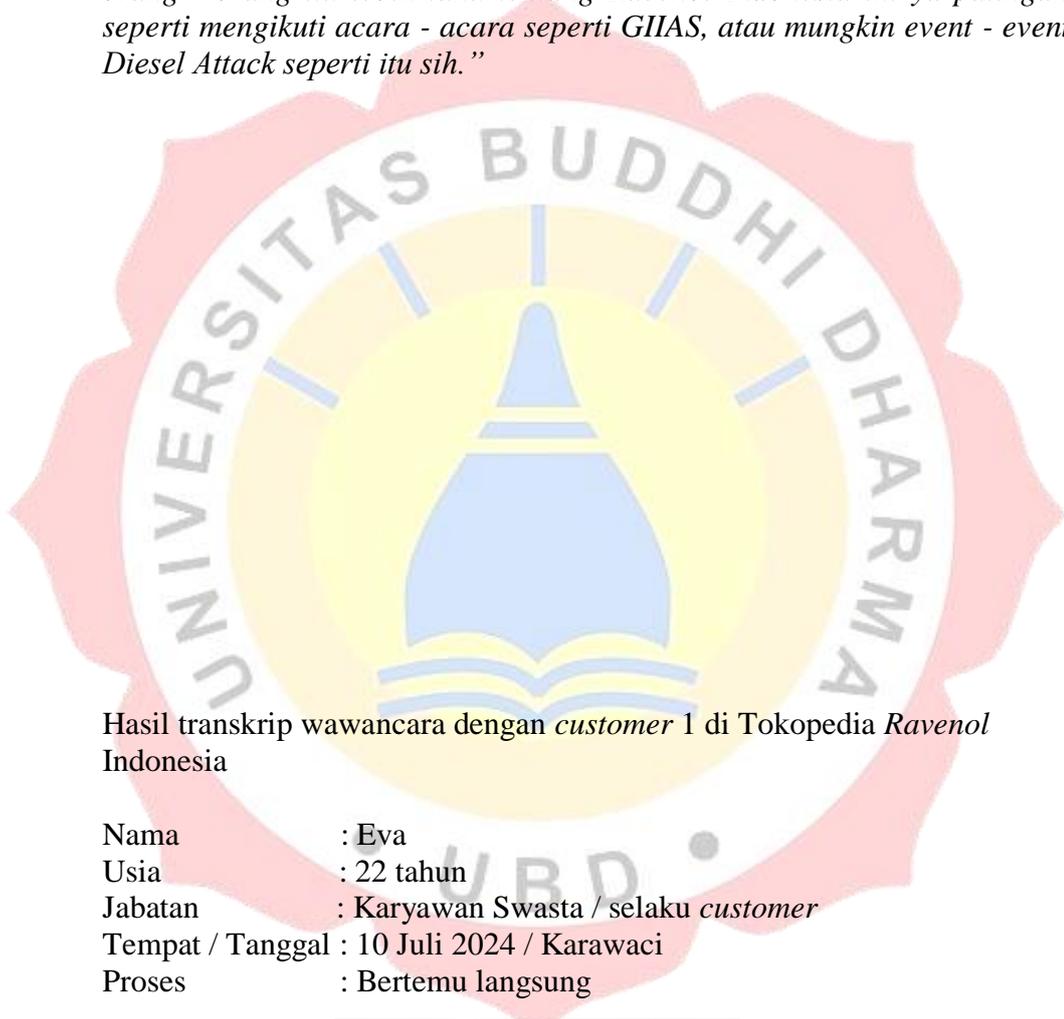
*“Kalau ini sih tentunya ada ya justru terkadang mungkin dari 10 orderan pasti ada aja mungkin 1 atau 2 pasti kendala barang yang bermasalah dalam proses pengiriman. Seperti mungkin kayak kita kan memang standarisasi packing kita itu adalah yang dipastikan adalah produk tidak bocor atau tidak rusak. Nah, sebelum dikirim setelah itu kalau misalnya memang produk sudah bagus kita bungkus dengan bubble wrap dan kemudian di kardus dan juga. Kita ada pakai lakban yang memang ada tulisan info nah jadi itu memang kalau misalkan sudah sampai diserahkan ke jasa kurir pengiriman itu memang sebenarnya kita sudah gak bisa pantau lagi, karena pasti di jasa pengiriman itu mungkin ada indikasi buat dilempar atau mungkin tertimpa atau kebanting gitu kan. Nah paling*

*kendala disitu aja sih, terkadang ada beberapa customer yang sampai di customer itu barangnya ada yang bocor. Karena dalam selama masa pengiriman itu ya seperti itu mungkin bisa dilempar di tindih atau segala macemnya.”*

16. Apakah ada promosi yang dilakukan diluar Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Untuk promosi, palingan kita lebih menjangkau ini ya untuk supaya orang - orang itu lebih tahu tentang Ravenol Indonesia ini ya palingan seperti mengikuti acara - acara seperti GIIAS, atau mungkin event - event Diesel Attack seperti itu sih.”*



Hasil transkrip wawancara dengan *customer* 1 di Tokopedia Ravenol Indonesia

Nama : Eva  
Usia : 22 tahun  
Jabatan : Karyawan Swasta / selaku *customer*  
Tempat / Tanggal : 10 Juli 2024 / Karawaci  
Proses : Bertemu langsung



1. Apakah anda sudah lama menjadi pelanggan di Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*"Kayaknya aku mulai itu dari awal tahun ini 6 bulan yang lalu kali ya."*

2. Darimana anda tahu info tentang Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*"Aku tuh dapet rekomendasi dari temen sih buat beli disini karena ada juga langganan disini jadi aku di rekomendasi."*

3. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk disini?

Jawaban :

*"Karena kan aku pake motor matic kan, jadi aku tuh tertarik buat beli oli mesin matic di Ravenol tuh karena ya itu, biar mesin aku tuh lebih bagus aja sih."*

*Product*

4. Produk apa yang anda beli di Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*"Yang aku pick up sekarang kebetulan yang oli mesin matic varian TSI 10W-40 yang 1 liter."*

5. Sudah berapa kali anda berbelanja disini?

Jawaban :

*"Ini itu kedua atau ketiga deh aku lupa."*

*Price*

6. Berapa harga produk yang anda beli?

Jawaban :

*"Beli di harga 179, 180 lah ya"*

7. Menurut anda, apakah harga produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas yang di dapat?

Jawaban :

*"Karena abis aku pake oli ini tuh motor aku jadi lebih enteng ya tarikannya. Ya dibandingkan yang aku pake sebelumnya jadi udah worth it banget sih dan harga segini, dapat hasil yang bagus juga."*

*Place*

8. Selain di Tokopedia apakah anda pernah membeli produk Ravenol Indonesia di marketplace lain?

Jawaban :

*“Aku sih cuma punya Tokopedia. Jadi aku baru Tokopedia aja sih”*

*Promotion*

9. Menurut anda apakah strategi promosi yang ditawarkan oleh Ravenol Indonesia telah efektif untuk menarik minat beli para pelanggan di Tokopedia?

Jawaban :

*“Promosi menurut aku udah efektif sih. Soalnya aku pertama kali beli juga karena aku ngeliat banner ya yang beli 4 liter gratis gelas. Jadi aku tertarik untuk beli disini sih karena dapet gratisannya.”*

*Tambahan :*

10. Apakah anda akan menawarkan produk yang dijual oleh Tokopedia Ravenol Indonesia kepada teman?

Jawaban :

*“Iya pasti aku pasti tawarin sih, kalau misalnya emang bagus aku pasti ngasih rekomendasi ke temen aku juga, udah ngasih rekomendasi ke keluarga aku ke saudara - saudara juga sih.”*

11. Kedepannya apakah anda akan membeli kembali produk di Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Pasti dong kan 3 bulan sekali harus rutin ganti oli ya, jadi aku pasti beli lagi.”*

12. Apa saran anda selaku pelanggan di Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Karena di Ravenol juga belum ada gratis ongkir, aku sih saranin untuk kasih gratis ongkir sih. Daripada aku harus pick up kan lumayan ya.”*

Hasil transkrip wawancara dengan *customer 2* di Tokopedia Ravenol Indonesia

Nama : Dika

Usia : 31 tahun

Jabatan : Karyawan Swasta / selaku *customer*  
Tempat / Tanggal : 10 Juli 2024 / Gading Serpong  
Proses : Bertemu langsung



1. Apakah anda sudah lama menjadi pelanggan di Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Untuk pelanggan mungkin satu tahunan lah.”*

2. Darimana anda tahu info tentang Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Awalnya saya tadi udah bilang dari Instagram tadi ya.”*

3. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk disini?

Jawaban :

*“Untuk oleh Ravenol ya, pertama saya liat sih untuk pengantiannya tuh lebih lama ya bisa 10.000 km juga saya liat dari base oilnya, terus rendah penguapan dan tidak mudah mudah panas ya menurut saya sih.”*

*Product*

4. Produk apa yang anda beli di Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Yang saya beli sih oli ya oli mesin ya, kebetulan aku pakainya yang 5-40 karena kilometer mobil saya udah tinggi. Jadi harus pakai yang lebih kental kita aku pakai yang 5-40 yang VST full sintetiknya.”*

5. Sudah berapa kali anda berbelanja disini?

Jawaban :

*“Belanjanya untuk oli nya sih aku baru sekitar dua tiga kali ya.”*

*Price*

6. Berapa harga produk yang anda beli?

Jawaban :

*“Kebetulan aku pakai yang VST ya, itu yang full sintetiknya itu harga per liternya sekitar 350.000. Untuk empat liternya itu sekitar 1,4 sih biasanya dan mobil saya kebetulan butuhan 4 liter berarti 1,4.”*

7. Menurut anda, apakah harga produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas yang di dapat?

Jawaban :

*“Menurut saya pribadi sih yang selama ini saya pakai oli nya cukup bagus ya. Cukup bagus tarikannya juga, lebih enteng mesin juga bersih terus penguapan juga sangat rendah ya kadang - kadang iseng aja kalau pas ganti oli saya ukur lagi nih tinggal berapa liter dan itu memang ada penyusutan tapi sangat rendah sih.”*

*Place*

8. Selain di Tokopedia apakah anda pernah membeli produk Ravenol Indonesia di marketplace lain?

Jawaban :

*“Saat ini sih aku masih di official store - nya aja sih di Tokopedia aja sih, di Ravenol Indonesia terus.”*

*Promotion*

9. Menurut anda apakah strategi promosi yang ditawarkan oleh Ravenol Indonesia telah efektif untuk menarik minat beli para pelanggan di Tokopedia?

Jawaban :

*“Kalau menurut saya sih udah bagus ya, dengan dia menampilkan kelebihan - kelebihan oli Ravenol. Terus jaraknya yang penggantian yang lumayan lama ya. Maksudnya 10.000 itu cukup lama, terus saya rasa sih cukup sangat menarik ya. Tapi mungkin harus ada promo - promo lagi nih biar harga ada diskon.”*

Tambahan :

10. Apakah anda akan menawarkan produk yang dijual oleh Tokopedia Ravenol Indonesia kepada teman?

Jawaban :

*“Ya kalau untuk menawarkan sih, ya sempat cerita - cerita lah ya dengan teman - teman biasa gitu, teman -teman pecinta otomotif gitu. Memang produk ini cukup bagus, memang harganya juga lumayan mahal lah kalau*

*ini. Tapi menurut saya sesuai deh dengan kualitas yang kita dapatkan gitu.”*

11. Kedepannya apakah anda akan membeli kembali produk di Tokopedia Ravenol Indonesia?

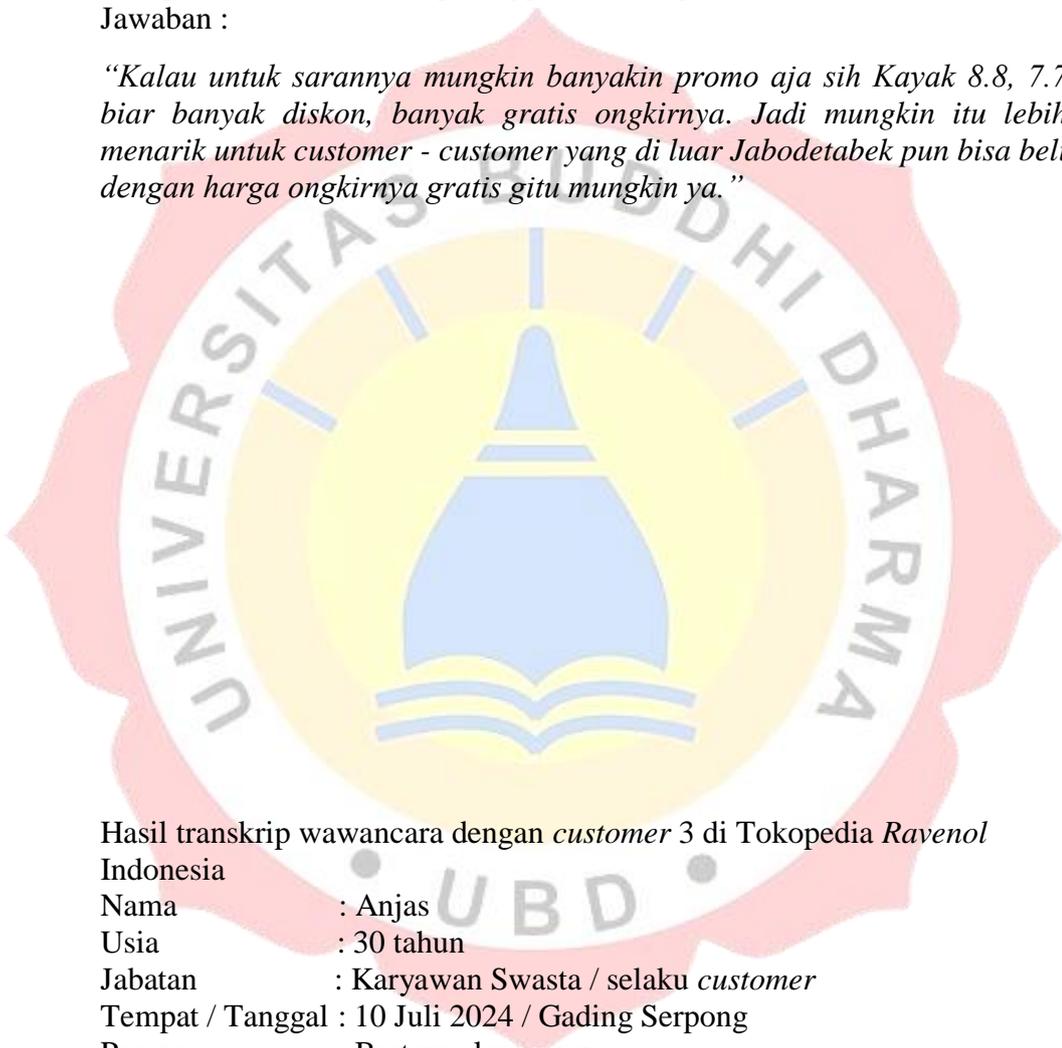
Jawaban :

*“Kalau produk yang lain banyak juga sih di sana ya, tapi untuk saat ini aku lebih konsentrasi ke oli dulu aja sih.”*

12. Apa saran anda selaku pelanggan di Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Kalau untuk sarannya mungkin banyakin promo aja sih kayak 8.8, 7.7 biar banyak diskon, banyak gratis ongkirnya. Jadi mungkin itu lebih menarik untuk customer - customer yang di luar Jabodetabek pun bisa beli dengan harga ongkirnya gratis gitu mungkin ya.”*



Hasil transkrip wawancara dengan *customer* 3 di Tokopedia *Ravenol* Indonesia

Nama : Anjas  
Usia : 30 tahun  
Jabatan : Karyawan Swasta / selaku *customer*  
Tempat / Tanggal : 10 Juli 2024 / Gading Serpong  
Proses : Bertemu langsung



1. Apakah anda sudah lama menjadi pelanggan di Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Menjadi pelanggan di Tokopedia untuk pembelian produk Ravenol sejak tahun 2022.”*

2. Darimana anda tahu info tentang Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Untuk tahu Tokopedia Ravenol ini, pertama saya dulu pernah mampir ke salah satu bengkel yang mana dia menjual produk Ravenol. Kemudian saya lagi inisiatif nyari oli tersebut, dan saya nemu marketplace dengan akun Tokopedia Ravenol Indonesia Official.”*

3. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk disini?

Jawaban :

*“Yang membuat saya tertarik itu satu dari kualitas olinya. Kemudian produk ini juga menurut saya bagus dari Jerman dan dari base olinya atau aditifnya itu menurut saya lebih bagus daripada merek yang udah banyak di Indonesia.”*

*Product*

4. Produk apa yang anda beli di Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Untuk produk yang sering saya beli itu salah satunya pasti oli buat mobil ya. Kemudian seperti aditif bahan bakar, pembersih mesin, kayak gitu sih kak.”*

5. Sudah berapa kali anda berbelanja disini?

Jawaban :

*“Wah kalau berapa kali sih nggak pernah saya hitung ya. Soalnya untuk perawatan mobil, untuk ganti oli ya udah berkali - kali saya tetap setia pakai oli Ravenol.”*

*Price*

6. Berapa harga produk yang anda beli?

Jawaban :

*” Harganya kurang lebih sekitar 1 ,4 juta itu dapet 4 liter oli. Cuma kebetulan untuk mobil saya itu cukup pakai 3 liter oli, untuk satunya biasanya saya simpan untuk pergantian selanjutnya atau buat cadangan sewaktu - waktu kalau misalkan oli mobil saya itu ada penguapan atau pengurangan di kapasitas olinya.”*

7. Menurut anda, apakah harga produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas yang di dapat?

Jawaban :

*“Untuk harga menurut saya sesuai, dibanding merek lain untuk Ravenol masih sangat terjangkau sekali sih kalau menurut saya.”*

*Place*

8. Selain di Tokopedia apakah anda pernah membeli produk Ravenol Indonesia di marketplace lain?

Jawaban :

*“Kalau untuk produk Ravenol ini saya selalu beli di Tokopedia sih. Karena memang untuk oli ataupun spare part lain saya lebih suka belanja di Tokopedia.”*

*Promotion*

9. Menurut anda apakah strategi promosi yang ditawarkan oleh Ravenol Indonesia telah efektif untuk menarik minat beli para pelanggan di Tokopedia?

Jawaban :

*“Untuk promosi lumayan menarik karena untuk pembelian 4 liter oli itu saya mendapatkan free freezer mug dari Ravenol. Biasanya juga free aditif atau sarung tangan dari produk Ravenol.”*

Tambahan :

10. Apakah anda akan menawarkan produk yang dijual oleh Tokopedia Ravenol Indonesia kepada teman?

Jawaban :

*“Untuk menawarkan ke teman saya selalu sih karena kan saya sendiri ikut komunitas mobil ya. Jadi kadang saya sering rekomendasi kalau ada teman saya yang nanya untuk produk oli atau aditif yang bagus, biasanya saya merekomendasikan Ravenol ini.”*

11. Kedepannya apakah anda akan membeli kembali produk di Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Untuk repeat order pasti selalu karena untuk produk saya udah ibaratnya cinta sama Ravenol ini.”*

12. Apa saran anda selaku pelanggan di Tokopedia Ravenol Indonesia?

Jawaban :

*“Saran sih paling banyakin promo yang pastinya kalau dari kita pembeli, lebih kemungkinan diskon harga atau untuk pembelian oli dengan jumlah yang banyak. Dapat untuk bonus free potongan yang besar atau free merchandise yang lain seperti tetap diadain freezer mug atau t-shirt atau aditif oli yang lain.”*

## LEMBAR KETERSEDIAAN WAWANCARA PARA INFORMAN

### 1) Informan 1

Nama : Steven  
Usia : 28 tahun  
Jabatan : *Marketing* Tokopedia Ravenol  
Tanda Tangan : 



### 2) Informan 2

Nama : Eva  
Usia : 22 tahun  
Jabatan : Karyawan  
Tanda Tangan : 



### 3) Informan 3

Nama : Dika



Usia : 31 tahun  
Jabatan : Karyawan  
Tanda Tangan : 

4) Informan 4

Nama : Anjas  
Usia : 31 tahun  
Jabatan : Karyawan  
Tanda Tangan : 



**UNIVERSITAS  
BUDDHI DHARMA**

*Kreativitas Membangkitkan Inovasi*

September 08, 2024

**Editor Explanation:**

Dears Devi Permata,  
Thank you for your trusts in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID : 20200400040  
Major : Ilmu Komunikasi  
Title : Penerapan Marketing Mix 4P Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di Tokopedia Ravenol Indonesia Prodi: Ilmu Komunikasi  
Type : Thesis

Turnitin Suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count : 10356  
Character Count : 75856  
**Similarity Index** : 14%  
Internet Source : 13%  
Publication : 4%  
Student Paper : 7%  
Exclude quotes : Off  
Exclude bibliography : Off  
Exclude matches : Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.



**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang  
021 5517853 / 021 5586822 admin@buddhidharma.ac.id

## KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20200400040  
Nama Mahasiswa : DEVI PERMATA  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : Strata Satu  
Tahun Akademik/Semester : 2024/2025 Ganjil  
Dosen Pembimbing : Dr. Lilie Suratminto, MA.  
Judul Skripsi : PENERAPAN TEORI MARKETING MIX 4P DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DI TOKOPEDIA  
RAVENOL INDONESIA

| Tanggal    | Catatan   | Paraf |
|------------|---|-------|
| 2024-04-03 | DISKUSI JUDUL                                       |       |
| 2024-04-05 | PENGAJUAN JUDUL BARU DAN ACC                        |       |
| 2024-04-12 | MULAI MENGERJAKAN BAB 1                             |       |
| 2024-04-19 | REVISI KERANGKA KONSEPTUAL SAMBIL MELANJUTKAN BAB 2 |       |
| 2024-05-24 | REVISI BAB 2  |       |
| 2024-05-28 | MENGUMPULKAN BAB 1 & 2                              |       |
| 2024-06-14 | REVISI BAB 3  |       |
| 2024-06-19 | MENGUMPULKAN BAB 3 DAN DISKUSI BAB 4                |       |
| 2024-07-10 | REVISI BAB 4  |       |
| 2024-07-12 | REVISI BAB 4, LANJUT BAB 5                          |       |

Mengetahui  
Ketua Program Studi



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom

Tangerang, 09 September 2024

Pembimbing



Dr. Lilie Suratminto, MA.