

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amani, N. M. (2022). *PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK AGRIBISNIS (Studi Kasus pada MACOAdi Kota Makassar)*.
- Amri, A. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 123–131. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta : Bina Aksara.
- Asheri, V. P., & Rifin, A. (2013). *ANALISIS NILAI TAMBAH COKELAT BATANGAN (CHOCOLATE BAR) DI PIPILTIN COCOA, KEBAYORAN BARU, JAKARTA SELATAN*. 105–119.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan *E-marketing* Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 1-14.
- Buchari, Alma. (2014) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cetakan ke- 5. Alfabeta: Bandung.
- Budi, H. S. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Toko Online Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Toko Online Alisha Shop di Marketplace)*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Darmayanti, L. P. E., & Abiyasa, A. P. (2022). Adaptasi Social Media Marketing sebagai Strategi Mempertahankan Eksistensi di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 252-266.
- Ekasari, R., Rodih, & Pramudita, R. A. (2021). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING(Marketing Strategy Analysis To Improve Competitive Advantage). *Jurnal Ekonomi UNISLA*, 22(1), 107–155.
- Emma Afriani & Rusdayanti Asma. (2018). *Jurnal Sains Manajemen dan Sains Manajemen dan Kewirausahaan* 2, No. 1: 51–60.
- Fandy Tjiptono, (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fazrina, Rahma., Marsaulina, Irnawati., Naria, Evi. (2013). Hubungan Karakteristik dan Pengetahuan Tentang Lingkungan Sehat Dengan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Organik di Carrefour Plaza Medan Fair. *Jurnal Program Sarjana Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara*. Medan.
- Fitriani, D. (n.d.). *Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Pontianak)*. 12(1), 2019.
- Halim, Hasriliandi. (2018). “Strategi Pengembangan Agribisnis Kacang Tanah (*Arachis Hypogaea*) Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Di Kabupaten Bantaeng.” Unhas.
- Hanggita, Ariffa. (2018). ANALISIS FAKTOR PEMILIHAN LOKASI USAHA JASA PADA UMKM DI KECAMATAN PACIRAN. *Manajemen Bisnis*. 8. 10.22219/jmb.v8i2.7069.
- Hasibuan, A. M., Nurmalina, R., & Wahyudi, D. A. (2012). Analisis Kinerja dan Daya Saing Perdagangan Biji Kakao dan Produk Kakao Olahan Indonesia di. *Buletin RISTRI*, 3(1), 57–70.

- Kinasih, R. I. (2017). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN PADA WISATA EDUKASI RUMAH COKELAT TRENGGALEK. *Simki-Economic*, 01(06).
- Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah:(KTI)*. Deepublish.
- Kumalaningsih, S. (2014). *Pohon Industri Potensial*. Universitas Brawijaya Press.
- Meyliana. (2010). Analisa Strategi e-marketing dan Implementasinya (Studi Kasus : Perusahaan Retail Garment). In *Seminar Nasional Informatika 2010*.
- Munir, Moch. Fatchul, Saroh, Siti, Krisdianto, Dadang. (2019). Pengaruh Foto dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *JIAGABI*. Vol 8, No.3. Hal. 177-183.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Natoadmodjo. 2007. Kesehatan Masyarakat: Ilmu dan Seni. Jakarta: Rienika Cipta.
- Nel, A., & Julita. (2016). The Impact of Social Media Use On SME Progress. *Carbohydrate Polymers*, 17(1), 1–13.
- Nurfauziah, S. F. & Hamdani, N. A. (2021) The Influence of Social Media Against Interest in Buying Kopilogi Products. *Bus. Innov. Entrep J.* vol. 3. no. 1. pp. 75–83.
- Nurunisa, V. F., & Baga, L. M. (2012, March). Analisis daya saing dan strategi pengembangan agribisnis teh Indonesia. In *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum* (Vol. 2, No. 1, pp. 33-52).
- Ong, D. (2020). Analisa Penggunaan Sistem Sosial Media Terhadap Dampak Pemasaran Penjualan Produk Pada Umkm. *Jurnal Teknologi Informasi*, Vol. XV(2), 26–36.
- Rahardja, Prathama, dan Mandala Manurung. 2001. *Teori Ekonomi Makro: Suatu Pengantar*. Jakarta: LP-FEUI.
- Rahmat, Reny Maulidia (2012). “Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Koko Jaya Prima Makassar. Skripsi. Makassar: Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin”.
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Klik atau ketuk di sini untuk memasukkan teks.
- Ratini, P. M. (2014). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Tiara Dewata Denpasar. *FORUM MANAJEMEN STIMI*, 12(1), 15–29. <https://ojs.stimihandayani.ac.id/index.php/FM/article/view/72>
- Setyorini, H., & Santoso, I. (2016). Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT dan QSPM (studi kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46-53.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Pemasaran*. Bandung:Alfabeta.
- Suhartanto, Dwi. Tjeep Djatnika. Ruhadi dan Triyuni. (2017). *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan dan Tjiptonon. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen* Bogor: IPB Press. hlm. 159.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Cetakan Ketiga. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

- Sunyoto, D. (2014). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, konsep, strategi, dan kasus.
- Sutarman. (2012). Pengantar Teknologi Informasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wheelen, Thomas L. & Hunger, J. David "Strategic Management and Business Policy", thirteenth edition, New York: Pearson, 2012
- Widayati, K. D. (2018). Implementasi SWOT Strategi Pemasaran *Online* dan *Offline* Pada PT Roti Nusantara Prima Cabang Jatiasih. *Widya Cipta*, 2(2), 209–216. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Widoyoko, Eko Putro. (2016). Teknik-Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yanti, D. F. *Analisis Penerapan Strategi E-marketing Menggunakan Judy Strauss Framework Pada KP-Ri Universitas Jember* (Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember).
- Yusuf, A. Muri. (2014). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Jakarta: Prenadamedia Group, 300.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam

Perkenalkan saya Adiarti Indah Fausiah, mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin, Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, sedang melakukan penelitian di MACOA dengan judul penelitian "Strategi E-Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Cokelat Mandar Cocoa (MACOA)".

Pertama-tama kami memohon maaf jika kuesioner ini mengganggu atau menyita waktu Bapak/Ibu/Saudara(i). Pada kesempatan kali ini, kami memohon bantuan dan kesediaan waktu dari Bapak/Ibu/Saudara(i) sebagai salah satu pelanggan dari MACOA kiranya berkenan untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang kami kirimkan ini. Adapun data pribadi serta jawaban yang akan Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan dalam kuesioner ini hanya akan digunakan sebagai kebutuhan penelitian ini dan tidak akan disebarluaskan kepada orang lain ataupun pihak lain.

Jika membutuhkan informasi lebih lanjut terkait MACOA, bisa mengunjungi media sosial dan marketplace dari MACOA di bawah ini:

1. Instagram: @macoa.official
2. Whatsapp: 0821 9126 2262
3. Facebook: Macoa
4. Shopee: cokelatmacoa
5. Email: tanyamacoa@gmail.com
6. Website: <http://www.macoa.co.id>

Berikut kuesioner yang kami ajukan kepada Bapak/Ibu/Saudara(i)

* Indicates required question

1. Siapa nama Bapak/Ibu/Saudara(i)? (Tanpa gelar) *

2. Apa email yang digunakan Bapak/Ibu/Saudara(i) saat ini? *

3. Berapa umur Bapak/Ibu/Saudara(i) saat ini? (Tahun) *

4. Alamat domisili Bapak/Ibu/Saudara(i) saat ini? *

5. Apa tingkat pendidikan terakhir yang Bapak/Ibu/Saudara(i) miliki? (Jawaban hanya boleh satu) *

Mark only one oval.

- ☐ Tidak sekolah
- ☐ SD/Sederajat
- ☐ SMP/Sederajat
- ☐ SMA/Sederajat
- ☐ D3/Sederajat
- ☐ S1
- ☐ S2
- ☐ S3

6. Apa pekerjaan Bapak/Ibu/Saudara(i) saat ini? *

7. Darimana Bapak/Ibu/Saudara(i) mengetahui informasi mengenai MACOA? (Jawaban boleh lebih dari satu) *

Mark only one oval.

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Whatsapp
- ☐ Shopee
- ☐ Website
- ☐ Dari Orang Lain
- ☐ Other: _____

8. Apa alasan Bapak/Ibu/Saudara(i) membeli produk cokelat di MACOA? (Jawaban *
boleh lebih dari satu)

Mark only one oval.

- ☐ Rasa dan aromanya enak
- ☐ Harga terjangkau
- ☐ Kemasan menarik

9. Bagaimana Bapak/Ibu/Saudara(i) melakukan pembelian produk MACOA? *
- (Jawaban boleh lebih dari satu)

Tick all that apply.

- ☐ Datang secara langsung ke toko MACOA
- ☐ Melalui Facebook
- ☐ Melalui Whatsapp (WA)
- ☐ Melalui Instagram
- ☐ Melalui Shopee
- ☐ Other: _____

10. Jika membeli produk cokelat MACOA dengan datang secara langsung ke toko *
MACOA, apa alasan Bapak/Ibu/Saudara(i)? (Jawaban boleh lebih dari satu)

Tick all that apply.

- ☐ Lebih aman
- ☐ Lebih murah
- ☐ Lebih sesuai dengan pesanan
- ☐ Lebih gampang
- ☐ Lebih cepat
- ☐ Lebih bervariasi produknya
- ☐ Lokasi tokonya dekat
- ☐ Other: _____

11. Jika melakukan pembelian produk coklat secara online, apa alasan Bapak/Ibu/Saudara(i) melakukan pembelian melalui media sosial (WhatsApp, Facebook, dan Instagram)? (Jawaban boleh lebih dari satu) *

Tick all that apply.

- ☐ Lebih aman
- ☐ Lebih murah
- ☐ Lebih sesuai dengan pesanan
- ☐ Lebih gampang
- ☐ Lebih cepat
- ☐ Lebih bervariasi
- ☐ Other: _____

12. Jika melakukan pembelian produk coklat secara online, apa alasan Bapak/Ibu/Saudara(i) melakukan pembelian melalui marketplace (Shopee dan Website)? (Jawaban boleh lebih dari satu) *

Tick all that apply.

- ☐ Lebih aman
- ☐ Lebih murah
- ☐ Lebih sesuai dengan pesanan
- ☐ Lebih gampang
- ☐ Lebih cepat
- ☐ Lebih bervariasi
- ☐ Other: _____

13. Varian coklat apa yang pernah Bapak/Ibu/Saudara(i) beli di MACOA? *
(Jawaban boleh lebih dari satu)

Tick all that apply.

- ☐ Cokelat Hitam
- ☐ Cokelat Hitam 60%
- ☐ Cokelat Hitam 70%
- ☐ Cokelat Hitam 80%
- ☐ Cokelat Hitam Mente
- ☐ Cokelat Kurma
- ☐ Cokelat Mini
- ☐ Cokelat Putih
- ☐ Cokelat Susu
- ☐ Cokelat Susu 70gr
- ☐ Cokelat Susu Almond
- ☐ Cokelat Susu Biji Labu
- ☐ Cokelat Susu Mente

14. Varian coklat apa yang paling sering Bapak/Ibu/Saudara(i) beli di MACOA? *
(Jawaban boleh lebih dari satu)

Mark only one oval.

- ☐ Cokelat Hitam
- ☐ Cokelat Hitam 60%
- ☐ Cokelat Hitam 70%
- ☐ Cokelat Hitam 80%
- ☐ Cokelat Hitam Mente
- ☐ Cokelat Kurma
- ☐ Cokelat Mini
- ☐ Cokelat Putih
- ☐ Cokelat Susu
- ☐ Cokelat Susu 70gr
- ☐ Cokelat Susu Almond
- ☐ Cokelat Susu Biji Labu
- ☐ Cokelat Susu Mente

15. Apa alasan Bapak/Ibu/Saudara(i) memilih varian coklat tersebut? (Jawaban *
boleh lebih dari satu)

Tick all that apply.

- ☐ Murah
- ☐ Enak
- ☐ Kemasan yang bagus
- ☐ Other: _____

16. Jika Bapak/Ibu/Saudara(i) membeli produk coklat MACOA, digunakan sebagai kebutuhan apa? (Jawaban hanya boleh satu) *

Mark only one oval.

- ☐ Kebutuhan usaha
- ☐ Kebutuhan pribadi
- ☐ Kebutuhan usaha dan pribadi

17. Berapa banyak pembelian yang Bapak/Ibu/Saudara(i) lakukan dalam satu kali transaksi? (Jawaban hanya boleh satu) *

Mark only one oval.

- ☐ 1 pcs
- ☐ 2 pcs
- ☐ 3 pcs
- ☐ 4 pcs
- ☐ 5 pcs
- ☐ Other: _____

18. Apakah Bapak/Ibu/Saudara(i) hanya mengonsumsi produk coklat MACOA atau mengonsumsi produk coklat yang lain? (jawaban hanya boleh satu) *

Mark only one oval.

- ☐ Hanya mengonsumsi produk coklat MACOA
- ☐ Mengonsumsi produk coklat yang lain

19. Berapa kali dalam sebulan Bapak/Ibu/Saudara(i) membeli produk cokelat di MACOA? (Jawaban hanya boleh satu) *

Mark only one oval.

- ☐ 1-2 kali dalam sebulan
☐ 3-5 kali dalam sebulan
☐ 6-10 kali dalam sebulan
☐ Other: _____

20. Menurut Bapak/Ibu/Saudara(i), apa kelebihan atau keunggulan dari produk cokelat yang anda beli? (Jawaban boleh lebih dari satu) *

Tick all that apply.

- ☐ Rasa dan aromanya enak
☐ Harga terjangkau
☐ Produknya lebih sehat
☐ Kemasannya menarik
☐ Semua varian cokelat selalu tersedia
☐ Other: _____

21. Menurut Bapak/Ibu/Saudara(i) apa kekurangan atau kelemahan dari produk cokelat MACOA yang anda beli? (Jawaban boleh lebih dari satu) *

Tick all that apply.

- ☐ Rasa dan aromanya tidak enak
☐ Harganya mahal
☐ Produknya tidak menyehatkan
☐ Kemasannya tidak menarik
☐ Tidak semua varian cokelat tersedia
☐ Other: _____

22. Menurut Bapak/Ibu/Saudara(i), bagaimana kemasan coklat yang digunakan oleh MACOA? (Jawaban boleh lebih dari satu) *

Tick all that apply.

- ☐ Praktis
☐ Aman
☐ Menarik
☐ Other: _____

23. Menurut Bapak/Ibu/Saudara(i), apakah produk coklat MACOA sudah mencantumkan label informasi produk dalamemasannya? (Jawaban hanya boleh satu) *

Mark only one oval.

- ☐ Ya
☐ Tidak

24. Menurut Bapak/Ibu/Saudara(i), Informasi apa yang tidak tercantum dalam label kemasan coklat MACOA? *

Tick all that apply.

- ☐ Tanggal expired (Kadaluwarsa)
☐ Tanggal produksi
☐ Ukuran kemasan
☐ Contact info
☐ Other: _____

25. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu/Saudara(i) mengenai harga jual produk cokelat MACOA? (Jawaban hanya boleh satu) *

Mark only one oval.

- ☐ Murah
- ☐ Cukup Mahal
- ☐ Sangat Mahal

26. Berdasarkan pertanyaan sebelumnya apa alasan Bapak/Ibu/Saudara(i) mengatakan produk MACOA memiliki harga yang murah, cukup mahal, ataupun sangat mahal? (Jawaban hanya boleh satu) *

Mark only one oval.

- ☐ Sesuai dengan kualitas cokelat yang didapatkan
- ☐ Tidak sesuai dengan kualitas cokelat yang didapatkan

27. Menurut Bapak/Ibu/Saudara(i), apakah media promosi yang digunakan oleh MACOA sudah beragam? (Jawaban hanya boleh satu) *

Mark only one oval.

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

28. Menurut Bapak/Ibu/Saudara(i), apa kelebihan atau keunggulan dari promosi yang dilakukan oleh MACOA melalui media sosial (Instagram, Whatsapp, dan Facebook) dan marketplace (Website dan Shopee)? (Jawaban boleh lebih dari satu) *

Tick all that apply.

- ☐ Informasi yang diberikan jelas
- ☐ Penawarannya menarik
- ☐ Konsepnya kreatif
- ☐ Pengambilan gambarnya bagus
- ☐ Menyebarkan ulasan (testimoni) pelanggan
- ☐ Other: _____

29. Menurut Bapak/Ibu/Saudara(i), apa kekurangan atau kelemahan dari promosi yang dilakukan oleh MACOA melalui media sosial (Instagram, Whatsapp, dan Facebook) dan marketplace (Website dan Shopee)? (Jawaban boleh lebih dari satu) *

Tick all that apply.

- ☐ Informasi yang diberikan tidak jelas
- ☐ Penawarannya tidak menarik
- ☐ Tidak kreatif dalam memilih konsep promosi
- ☐ Pengambilan gambarnya tidak bagus
- ☐ Tidak menyebarkan ulasan (testimoni) pelanggan
- ☐ Other: _____

30. Bagaimana bentuk pelayanan dari MACOA saat Bapak/Ibu/Saudara(i) melakukan pemesanan melalui media sosial (Facebook, Whatsapp, dan Instagram) dan marketplace (Website atau Shopee)? (Jawaban hanya boleh satu) *

Mark only one oval.

- ☐ Responnya cepat
- ☐ Responnya lambat

31. Saat melakukan pembelian produk di MACOA, apakah Bapak/Ibu/Saudara(i) *
pernah mendapatkan produk coklat MACOA yang tidak sesuai dengan
pesanan yang anda inginkan? (Jawaban hanya boleh satu)

Mark only one oval.

- ☐ Pernah
☐ Tidak pernah

32. Apakah Bapak/Ibu/Saudara(i) lebih suka memesan coklat di MACOA dengan *
datang langsung ke toko atau memesan melalui media sosial (Facebook,
Whatsapp, dan Instagram) dan marketplace (Website atau Shopee)? (Jawaban
hanya boleh satu)

Mark only one oval.

- ☐ Datang langsung ke toko MACOA
☐ Memesan melalui media sosial dan marketplace

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Lampiran 2. Surat Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS PERTANIAN
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10 Makassar 90245 Telp./Fax. 62-411-586014
Laman: www.unhas.ac.id/pertanian/sosek e-mail: sosekpertanian@unhas.ac.id

No. : 9075/UN4.10.7/PT.01.05/2022 Makassar, 28 September 2022
: -
Perihal : *Permohonan Pengambilan Data*

Kepada Yth.
CV. Putra Mataram Polewali Mandar.
di-
Polewali Mandar

Dengan Hormat,
Bersama ini kami sampaikan bahwa sehubungan dengan penelitian mahasiswa Program Studi Agribisnis (S1), berikut:

Nama Mahasiswa : Adiarti Indah Fausiah
NIM : G021181368
Judul Penelitian : Strategi E-Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Coklat Batang MACOA (Studi Kasus Pada CV. Putra Mataram, Kecamatan Wonomulyo, Kabupaten Polewali Mandar)

Olehnya itu, kami memohon agar kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat memperoleh izin untuk memperoleh/mengambil data **Penggunaan platform digital, Manajemen SDM, Sistem E-Marketing, Hasil Penjualan (Cokelat Batang), dan data penunjang lainnya.**

sebagai bahan informasi dalam rangka penyelesaian tugas akhir sesuai dengan topik penelitiannya.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Ketua Departemen,

Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.
NIDN/19721107 199702 2 001

Tembusan disampaikan kepada Yth.:

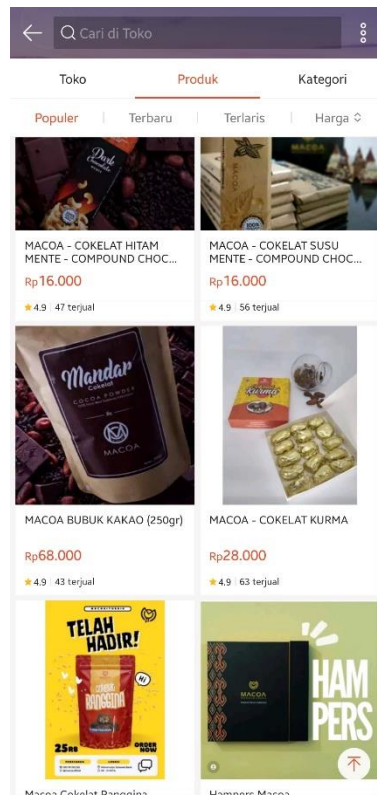
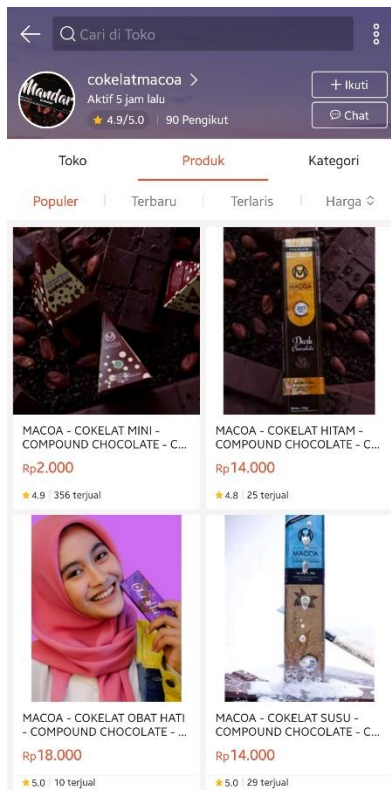
1. Wakil Dekan Bidang Akademik, Riset dan Inovasi Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin;
2. Kabag Tata Usaha Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin;
3. Kasubag Akademik, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin ;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Arsip.



Lampiran 3. Identitas Responden

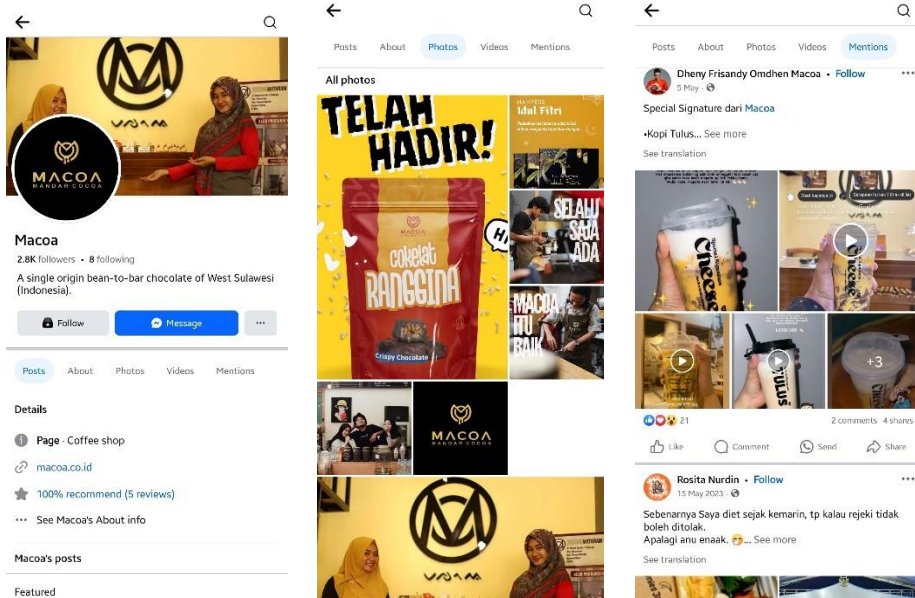
No.	Nama Responden	Umur	Asal Kota	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan
1.	Amalia Safitri	24	Wonomulyo	S1	PNS
2.	Sarman	48	Majene	S1	Wiraswasta
3.	Maryadi Tillo	38	Wonomulyo	S2	PNS
4.	Erwin	27	Wonomulyo	D3/Sederajat	Pegawai
5.	Atika	26	Balikpapan	S1	Wiraswasta
6.	Anto	31	Jakarta	S1	BUMN
7.	Herliana Arifin	34	Mamuju	S2	Ibu Rumah Tangga
8.	Hermawan	35	Wonomulyo	SMA/Sederajat	Sopir
9.	Jannatul Khaerunnisa	17	Wonomulyo	SMP/Sederajat	Pelajar
10.	Resti Mulyani	17	Wonomulyo	SMP/Sederajat	Pelajar
11.	Sania	25	Makassar	S1	Wiraswasta
12.	Nur Rahmawati Aprilia	24	Mamuju	SMA/Sederajat	Ibu Rumah Tangga
13.	Ridwan	21	Wonomulyo	SMA/Sederajat	Mahasiswa
14.	Darwis	25	Wonomulyo	SMA/Sederajat	Wiraswasta
15.	Jessy Rupang	24	Palu	S1	PNS
16.	Dini Rismawari	24	Majene	S1	PNS
17.	Fahri	20	Wonomulyo	SMA/Sederajat	Mahasiswa
18.	Nurul Cahya Purwani	29	Kendari	D3/Sederajat	Wiraswasta
19.	Fitrah	19	Wonomulyo	SMA/Sederajat	Mahasiswa
20.	Zainal	34	Wonomulyo	S1	Pegawai

Lampiran 4. Platform Marketplace

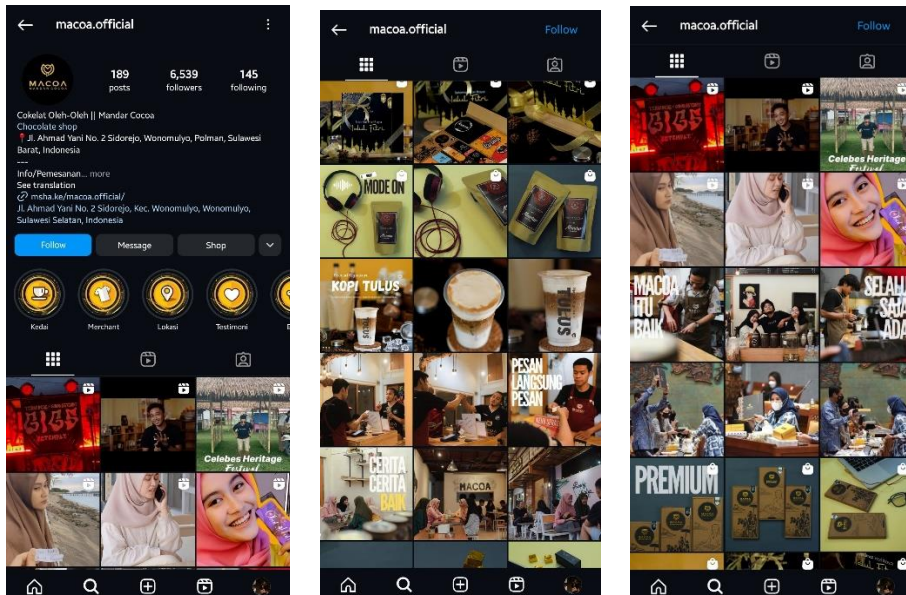


Lampiran 5. Platform Media Sosial

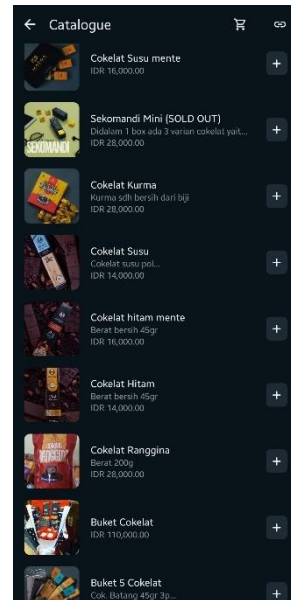
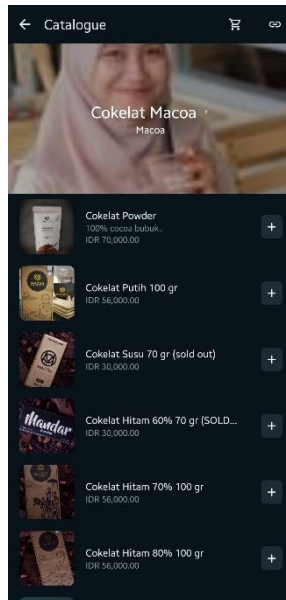
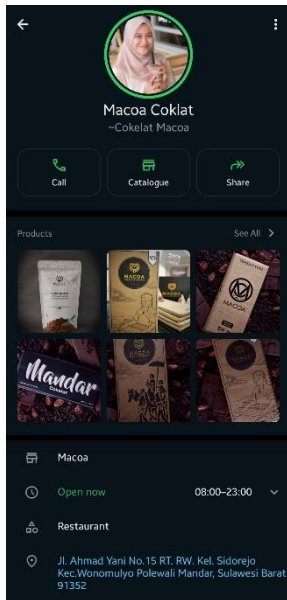
1. Facebook



2. Instagram



3. WhatsApp



Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian

