

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. (2022). *Faktor revolusi perilaku konsumen era digital: sebuah tinjauan literatur*. Jipis, 31(2).
- Agustina, S. (2011). *Manajemen pemasaran*.
- Al Hardani E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu).
- Al Rumra, A., Azzah, N. I., & Santoso, S. B. (2023). *Analisis Anggaran Laba dalam Proses Pengendalian Biaya Operasional pada Koperasi Syariah Indonesia*. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 8(1).
- Alma, B. (2000). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*.
- Alpiani N, Y. O. N. I. (2018). *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Operasi Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Cv. Gabucci Tahun 2005-2016)* (Doctoral Dissertation, Universitas Siliwangi).
- Amanah, S. (2018). *Efektivitas Strategi Promosi Melalui Promotion MIX sebagai Upaya Penguatan Eksistensi Lembaga STAIN Kediri*. Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2(2).
- Amborowati A Oktaviyani, dan Alldila. (2024). *"Analisis Pelatihan Dan Pengembangan Karyawan Perusahaan Retail."* Bussman Journal: Indonesian Journal Of Business And Management 4.3.
- Ancestry (2020) *"Tania: Arti dan Asal Nama Depan"* https://www-ancestry-com.translate.googleusercontent.com/firstname_meaning/tania?x_tr_sl=en&x_tr_tl=id&x_tr_hl=id&x_tr_pto=sge#:~:text=Nama%20Tania%20berasal%20dari%20

[20bahasa,menyebar%20ke%20belahan%20dunia%20lainnya.](#) (Diakses pada tanggal 15 januari 2025)

Antara. (2024). *“PErtumbuhan Ekonomi Digital Indonesia Menguat di 2024 hingga dua digit”*
https://www.antaranews.com/berita/4463377/pertumbuhan_ekonomi_digital-indonesia-menguat-di-2024-hingga-dua-digit (diakses pada tanggal 5 Desember 2024).

Arianti Yustania, diwawancarai oleh Sifana Putri Ayudya, Januari 2025, TNA *Collection*

Arifah, U. (2023). *Manajemen strategi*. Unisnu Press.

Armstrong dan Kotler. (2014). *Principle of Marketing*.

Bayu DH. S. (2017) *Manajemen Pemasaran Modern*.

Cahyaningrum, D. V. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Kepuasan Pengguna Universitas Ciputra Library Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).

Candra Gregories, *Strategi dan Program Pemasaran*, (Yogyakarta :Andi,2002).

Danuri, M. (2019). *Perkembangan dan transformasi teknologi digital. Jurnal ilmiah infokam*, 15(2).

Daulay, A. W. (2019). *Pengaruh Online Marketing dan Offline Marketing Terhadap Brand Image Lego* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).

Devid, M. (2017). *Peran Kelompok Tani “Pranggang Koi Farm” Terhadap Budidaya Ikan Koi Di Desa Pranggang Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).

Dewi, Diwawancarai oleh Sifana Putri Ayudya, Januari 2025, Pelanggan TNA *Collection*.

Dinda, Diwawancarai oleh Sifana Putri Ayudya, Januari 2025, Pelanggan TNA *Collection*.

Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung*. JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika), 17(2).

Ernawati, E. (2021). *Analisis Kepatuhan Zakat Pada Perusahaan Di Kota Palopo* (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).

Fahrika, A., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). *Pengaruh Online Marketing Dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Online Shop Joyism Malang*. E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 8(4).

Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku konsumen di era digital: Beserta studi kasus*. Universitas Brawijaya Press.

Fitrah, M. (2017). Luthfiyah, *Metode Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.

Fitrah, M. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).

Hasil Wawancara dengan ibu Yustania Arianti, selaku pemilik TNA *Collection* pada 18 Januari 2025.

Ichwanda, F. I., Yulianto, E., & Arifin, Z. (2015). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor*. Adm. Bisnis, 24(1).

Indah, Diwawancarai oleh Sifana Putri Ayudya, Januari 2025, Karyawan TNA
Collection.

Irawan dan Swatha B. (2013) *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty).

Itsnaini, F., & Rohman, A. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Secara Online Dan Offline Menggunakan Etika Bisnis Islam*. Iqtisodina, 7(1).

Khoirun Nisa. (2018) "*Strategi pemasaran online dan offline.*" dalam Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa 1.1.

Kompas. (2020). "*Sering di Sebut-sebut, Apa Itu New Normal?*",
<https://www.kompas.com> (diakses pada tanggal 5 Desember 2024).

Kotler P. (2002) *Manajemen Pemasaran Jilid II*, (Jakarta: Prehallindo).

Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. (2007) *Manajemen Pemasaran, alih bahasa Benyamin Molan*, (PT Macanan Jaya Cemerlang).

Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Buku Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principle of Marketing: 10thnEdition*.

Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.

Kurniasih, I. D. (2012). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan (Studi pada Bengkel Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 1(1).

Lisa, Diwawancarai oleh Sifana Putri Ayudya, Januari 2025, Pelanggan TNA
Collection.

Ma'some University. (2021). "*Strategi dari Mulut ke Mulut Pasca Era Pandemi*"
<https://masoemuniversity.ac.id/berita/strategi-dari-mulut-ke-mulut-pasca-era-pandemi.php> (Diakses pada tanggal 4 januari 2025).

Mahatma W. A. (2015), "*Analisis Efek Getok Tular Elektronik Pada Citra Merek Dan Niat Beli Konsumen Smartphone*". Universitas Gadjah Mada.

Meitriana, Iyus A. H, dan Kadek M. C, A. (2017) "*Analisis Faktor-faktor yang Memepengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern di Kecamatan Buleleng,*"
 Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha.

Melati. (2021) *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish).

Moleong, L. J. (2007). *Metode penelitian kualitatif*.

Moleong. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*.

Mulyana, A., Susilawati, E., Putranto, A. H., Arfianty, A., Muangsal, M., Supyan, I. S., & Soegiarto, D. (2023). *Manajemen keuangan*. Penerbit Widina.

Mulyana, M. (2018). *Pengaruh online marketing dan offline marketing terhadap brand association McDonald*, s. Jurnal Marketing Research, 2(1).

Mustanda I. K, Suwardika, dan Agus I. N. (2017). *Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti*. Diss. Udayana University.

Mustaqim, M. N. (2023). *Pengaruh Pemasaran Online, Pemasaran Offline Dan Modal Terhadap Keberlanjutan Usaha Umkm Batik (Studi Kasus Umkm Batik Di Desa Kertijayan Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan)*
 (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).

Novia, Diwawancarai oleh Sifana Putri Ayudya, Januari 2025, Pelanggan TNA
Collection.

- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). *Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store)*. Jurnal Emt Kita, 6(1).
- Nurussofiah, F. F., Karimah, U., Khodijah, S., & Hidayah, U. (2022). *Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi*. Development: Journal of Community Engagement, 1(2).
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). *Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness*. PProfesi Humas, 3(1).
- Pangestika, W. (2024). “*Digital Marketing: pengertian dan jenis strategi penerapan bisnis*” <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/> (Diakses pada tanggal 20 Januari 2025)
- Permata, O. T. (2024). *Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UMKM (Studi Pada Sibien Cemeti Di Krajan, Tales, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri)* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Poluan, F. M., Mandey, S., & Ogi, I. W. (2019). *Strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan (studi pada minuman kesehatan instant Alvero)*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(3).
- Pradiani, T. (2017). *Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan*. Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia, 11(2).

- Pranajaya, G. M. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran dalam Bisnis Konveksi Clothing Karikatur Bali Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada PT. Eka Jaya Makmur Bali*.
- Prawirosentono Suyadi. (2007) *Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta: PT Bumi Aksara).
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books.
- Pusko Media Indonesia. (2024). “*Mengintegrasikan Strategi Pemasaran Offline dan Digital: Kuatkan Dampak Pemasaran Anda*”.
<https://www.puskomedia.id/blog/mengintegrasikan-strategi-pemasaran-offline-dan-digital> (Diakses pada tanggal 20 Januari 2025).
- Pusko Media Indonesia. (2024). “*Mengintegrasikan Strategi Pemasaran Offline dan Digital: Kuatkan Dampak Pemasaran Anda*”.
<https://www.puskomedia.id/blog/mengintegrasikan-strategi-pemasaran-offline-dan-digital> (Diakses pada tanggal 20 Januari 2025)
- Putri, C. (2018). “*Perbandingan Loyalitas Toko Antara Pemasaran Online dan Offline Pada Produk High Involvement*” (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Rangkuti, F. (2004). *Flexible Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Romdonah, R., Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2015). *Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih)*. Journal of Management, 1(1).

- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.
- Sabilarrohmah, A. (2020). *Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Home Industri Andika Convection Kemantren Mojokerto)* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies (Vol. 1)*. Sah Media.
- Samsuri, A. (2017). *Marketing Mix sebagai Strategi Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Perbankan Syari'ah*. Wadiah, 1(1).
- Sanjaya, R. (2009). *Josua Tarigan. Creative Digital Marketing Teknologi berbiaya Murah, Inovatif dan Berdaya hasil gemilang*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Sari, N. J. (2017). *Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Wisatawan Ditinjau Dari Syariah Marketing di Agrowisata Kampoeng Anggrek Desa Sempu Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Satori, D., & Komariah, A. (2009). *Metodologi penelitian kualitatif*.
- Sayyid, M. (2020). *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Zifatama Jawara.
- Selay, A., Andigha, G. D., Alfarizi, A., Wahyudi, M. I. B., Falah, M. N., Encep, M., & Khaira, M. (2023). *Sistem Informasi Penjualan*. Karimah Tauhid, 2(1).
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017, May). *Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba UMKM*. In Proceedings (Vol. 1, No. 1).
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.

- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). *Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan*. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9).
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). *Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM*. Journal of Management Accounting, Tax and Production, 2(1).
- Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher.
- Sugiyono, D. (2010). *Memahami penelitian kualitatif*.
- Sumarni, L., Subhan, S., & Anita, E. (2020). *Pengaruh Online Marketing Dan Offline Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Toko Vivi Jilbab Dan Fashion Kota Jambi* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Swastha B. (2004) *Asas-Asas Marketing* (Yogyakarta: Liberty).
- Tjiptono F. (2015) *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi).
- Trihastuti, A. E., & SI, K. (2020). *Manajemen Pemasaran Plus++*. Deepublish.
- Trihastuti. (2020). *Manajemen Pemasaran Plus++*.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku konsumen*. Surakarta: CV Pustaka Bengawan.
- Wahidmurni, W. (2017). *Pemaparan metode penelitian kualitatif*.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2015). *Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Widharta, W. P. (2013). *Penyusunan strategi dan sistem penjualan dalam rangka meningkatkan penjualan toko damai*. Jurnal Strategi Pemasaran, 1(2).

Wordsmith, (2024). “*Media Promosi Online dan Offline Paling Efektif saat ini*”

<https://wordsmithgroup.com/id/media-promosi-online-offline/> (Diakses

pada tanggal 20, Januari 2025).

Yuliani, W. (2018). *Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling*. QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan, 2(2).

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Sunan Ampel No. 7, Kec. Ngronggo, Kota Kediri, Jawa Timur. Kode Pos 64127
Telepon (0354) 689282 | Website: www.ialnkediri.ac.id

Nomor : 0279/In.36/D4/PP.07.01.05/03/2025
Lamp. : -
Perihal : Permohonan Izin Riset / Penelitian

Kediri, 7 Maret 2025

Kepada
Owner TNA Collection Nganjuk
di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat kami beritahukan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : SIFANA PUTRI AYUDYA
NIM : 20401030
Semester : X (Sepuluh)
Prodi : Ekonomi Syari'ah

Dalam rangka menyelesaikan studi dan menyusun skripsinya yang perlu melakukan penelitian lapangan. Untuk itu kami memohon agar mahasiswa yang bersangkutan diberi izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di wilayah / lembaga yang menjadi wewenang Bapak / Ibu, dalam bidang-bidang yang terkait dengan judul skripsinya, yaitu :

"Peran Pemasaran Online dan Offline dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada TNA Collection Nganjuk)"

Mahasiswa yang melaksanakan riset/penelitian akan berkewajiban mentaati semua peraturan yang berlaku di lembaga/instansi tempat penelitiannya.
Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu. kami sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Kepala Bagian Tata Usaha



SULPANA EVARINI, SE.
NIP. 197107021998032002

Lampiran 2 : Surat Balasan Penelitian



TNA COLLECTION

OFFICE : Dsn. Sumber Desa, Sonoageng RT/RW : 51/13,
Sumber, Sono Ageng, Kec. Prambon, Kabupaten Nganjuk,
Jawa Timur 644484
Telp. 0822 2924 9229

Nomor : 10/TNA Collection/01/2025
Perihal : Surat Keterangan Balasan Penelitian

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Kepala Bagian Tata Usaha
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Di -
Tempat

Berdasarkan surat dari Kementerian Agama Republik Indonesia Institut Agama Islam negeri (IAIN) Kediri Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, permohonan Izin Riset/Penelitian, dengan ini memberikan izin untuk mengadakan penelitian di TNA Collection dengan judul skripsi “Peran Pemasaran *Online Dan Offline* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan *Fashion Tna Collection Nganjuk*” yang dilaksanakan oleh mahasiswa:

Nama : Sifana Putri Ayudya
NIM : 20401030
Semester : X (Sepuluh)
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2024/2025

Demikian surat ini dibuat agar dapat dipergunakan semestinya.

Nganjuk, 02 Maret 2025
Pemilik Usaha

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Yustania Arianti'.

Yustania Arianti

Lampiran 3 : Pedoman Wawancara

A. Pemilik TNA Collection

1. Bagaimana sejarah berdirinya TNA Collection ?
2. Berapa jumlah karyawan TNA Collection ?
3. Apa saja jenis produk unggulan TNA Collection ?
4. Bagaimana struktur organisasi TNA Collection saat ini?
5. Pernahkah pemilik TNA Collection mendapatkan komplain dari customer ?
6. Berapa banyak keluhan konsumen yang TNA Collection terima ?
7. Apa saja yang dilakukan pemilik usaha TNA Collection ketika ada konsumen yang melakukan komplain ?
8. Apakah pemilik usaha TNA Collection sudah memberikan informasi yang jelas mengenai produk-produk mereka yang dijual ?
9. Apakah pelaku usaha menyediakan media pengaduan kepada konsumen untuk menyampaikan saran terkait produk yang dijual oleh TNA Collection ?
10. Bagaimana strategi pemasaran *online* dan *offline* yang ditetapkan oleh TNA Collection?
11. Bagaimana cara pemilik usaha supaya konsumen tetap percaya untuk tetap membeli produk pada TNA Collection?
12. Strategi pemasaran apa yang telah dan sedang dilakukan TNA Collection untuk mendukung peningkatan volume penjualan, baik secara *online* maupun *offline* ?

13. Bagaimana TNA *Collection* menentukan harga jual produk? Apakah ada strategi khusus dalam penetapan harga?
14. Faktor-faktor apa saja yang menurut Anda paling mempengaruhi volume penjualan produk *fashion* TNA *Collection*?
15. Apakah TNA *Collection* menawarkan diskon atau promosi? Bagaimana strategi diskon tersebut mempengaruhi laba?
16. Bagaimana TNA *Collection* mengatasi tantangan atau hambatan dalam mencapai target volume penjualan yang diinginkan?

B. Karyawan TNA *Collection*

1. Sejak kapan anda menjadi karyawan di TNA *Collection*?
2. Ditempatkan dibagian apa anda bekerja?
3. Apa saja tugas dan tanggung jawab Anda sehari-hari di TNA *Collection*?
4. Bagaimana Anda berkontribusi dalam kegiatan pemasaran, baik online maupun offline?
5. Bagaimana Anda mengatasi kendala yang dihadapi pelanggan?
6. Apakah pernah melakukan kesalahan dalam pekerjaan ?
7. Apa penyebab yang menjadikan salah dalam pekerjaan tersebut ?

C. Konsumen TNA *Collection*

1. Bagaimana Anda mengetahui tentang TNA *Collection*?
2. Mengapa Anda memilih untuk membeli produk TNA *Collection* ?
3. Sudah berapa kali Anda melakukan transaksi jual beli produk pada TNA *Collection* ?
4. Bagaimana Anda menilai kualitas produk dan pelayanan yang diberikan TNA *Collection*?

5. Apa saja keuntungan yang Anda peroleh dengan membeli produk pada *TNA Collection* ?
6. Apakah Anda mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk yang Anda beli ?
7. Apakah Anda puas dengan layanan yang diberikan oleh *TNA Collection*?
8. Apakah selama membeli produk di *TNA Collection* anda mengalami keluhan ?
9. Apa tindakan yang Anda ambil jika mengalami kerugian?
10. Apakah ada jaminan dari pemilik usaha mengenai produk yang ditawarkan?
11. Saran apa yang dapat Anda berikan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan *TNA Collection*?

Lampiran 4 : Dokumentasi



(Toko TNA Collection)



(Wawancara Ibu Yustania Arianti)



(Wawancara Ibu Yustania Arianti)



(Wawancara karyawan TNA Collection)



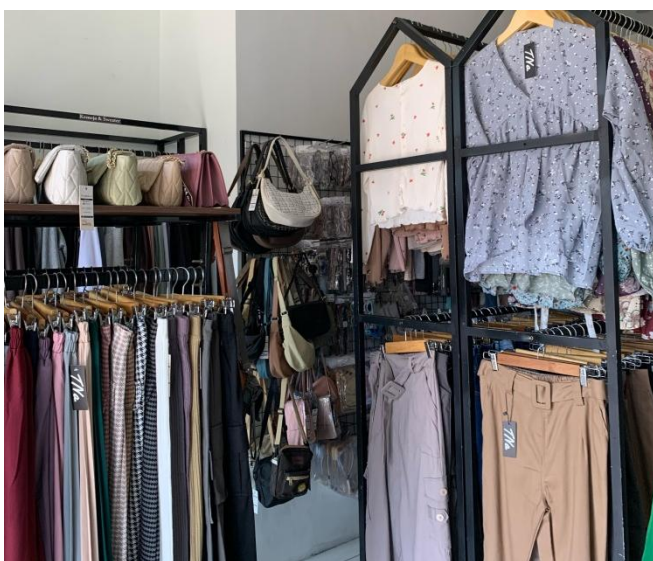
(Wawancara karyawan TNA Collection)



(Gudang TNA Collection)



(Gudang TNA Collection)



(Etalase TNA Collection)



(Etalase TNA Collection)



(Saat Penjualan di *Online/ Live*)



(Saat Penjualan di *Offline*)



(Pelanggan TNA Collection kak Novia)



(Pelanggan TNA Collection kak Dewi)

Lampiran 5 : Daftar Konsultasi Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kediri Jawa Timur 64127
 Telepon (0354) 689282, Faksimili (0354) 686564;
 Web: www.iainkediri.ac.id

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sifana Putri Ayudya
Nomor Induk : 20401030
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2024/2025
Judul Skripsi : Peran Pemasaran *Online Dan Offline* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada TNA Collection Nganjuk).

No. Urut	Tanggal Konsultasi	Perintah Dosen Pembimbing	Tanda Tangan
1.	9 September 2024	Konsultasi Proposal Skripsi dan Fikasi Judul proposal skripsi	9
2.	01 Oktober 2024	Konsultasi Bab I - III Proposal Skripsi	9
3.	25 Oktober 2024	Revisi Bab I – III (Teori Tambahan dan Penataan Proposal Skripsi)	9
4.	31 Oktober 2024	ACC Seminar Proposal	9
5.	02 Desember 2024	Konsultasi Revisi Sempro Judul	9
6.	15 Januari 2024	Konsultasi Revisi Sempro Teori	9
7.	26 Januari 2024	Penambahan dan Pematangan Teori	9
8.	20 Februari 2024	Konsultasi Bab IV dan Bab V	9
9.	4 Maret 2025	ACC Sekripsi	9

Kediri, 06 Maret 2025
 Dosen Pembimbing I

Dr. Yullani, M.M
NIP. 198407102019032009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kediri Jawa Timur 64127

Telepon (0354) 689282, Faksimili (0354) 686564;

Web: www.iainkediri.ac.id.

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sifana Putri Ayudya
 Nomor Induk : 20401030
 Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
 Tahun Akademik : 2024/2025
 Judul Skripsi : Peran Pemasaran *Online Dan Offline* Dalam Meningkatkan
 Volume Penjualan (Studi Pada TNA Collection Nganjuk).

No. Urut	Tanggal Konsultasi	Perintah Dosen Pembimbing	Tanda Tangan
1.	23 Oktober 2024	Konsultasi Bab I - III Proposal Skripsi	
2.	24 Oktober 2024	Revisi Bab I – III (Teori Tambahan dan Penataan Proposal Skripsi)	
3.	02 November 2024	ACC Seminar Proposal	
4.	12 Januari 2025	Konsultasi Revisi Sempro Judul + Teori	
5.	24 Februari 2025	Penambahan dan Pematangan Teori	
6.	7 Maret 2025	ACC Sekripsi	

Kediri, 07 Maret 2025
Dosen Pembimbing 2

Ulin Ni'mah Rodliya Ulfah, M.Pd
NIP. 198204072023212026

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis Bernama lengkap SIFANA PUTRI AYUDYA, lahir di Nganjuk, 26 Oktober 2001. Penulis beralamat di Desa Bandung, Kecamatan Prambon, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur, Indonesia. Penulis merupakan anak ke satu dari empat bersaudara. Pendidikan formal yang telah ditempuh yaitu RA Al-Hidayah , SDN Bandung 1 2008-2013, MTsN Kediri II 2014-2016, MAN II Kota Kediri.

Dan mulai dari tahun 2020 mengikuti Program Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri hingga saat ini sampai dengan penulisan skripsi ini penulis masih berstatus Mahasiswa IAIN Kediri. Selama Masa Studi, Penulis aktif dalam organisasi Unit Kegiatan MAhasiswa Olahraga IAIN Kediri (UNIKMOR) dan pernah menjabat menjadi KOMINFO selama periode 2020/2021 Pendidikan Non formal yang telah ditempuh kursus *modelling* di Tessa *Modelling School* 2010-2013, Kursus bahasa Inggris di Kampung Inggris pada tahun 2015, dan kursus menyanyi di Nanin *Music Course* pada tahun 2018. Selama menjadi mahasiswa aktif mengikuti lomba-lomba Badminton antar kampus dan antar fakultas. Sekripsi yang berjudul “Peran Pemasaran *Online* Dan *Offline* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada TNA *Collection* Nganjuk)” ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Universitas IAIN Kediri. Selama menempuh Pendidikan peneliti banyak mendapatkan pengalaman hidup yang sangat

bermanfaat, pengalaman akademik dan non-akademik Setelah lulus, peneliti bercita-cita untuk berkarier di bidang bisnis.