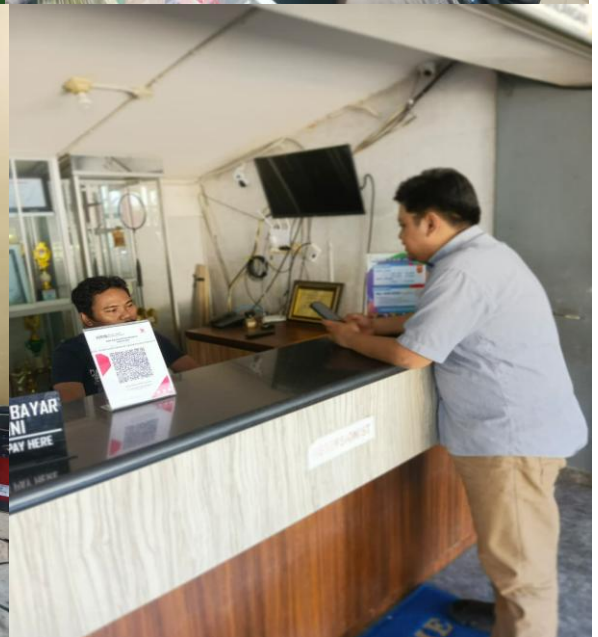


LAMPIRAN



PEDOMAN WAWANCARA

Nama Owner :

Strategi promosi di GOR Bulutangkis Wijaya Kota Kediri

No	Pertanyaan	Jawaban
Jangkauan Promosi		
1	Apa saja saluran media (online maupun offline) yang Bapak/Ibu gunakan untuk menjangkau masyarakat Kota Kediri?	
2	Sejauh mana sebaran promosi yang dilakukan? Apakah mencakup wilayah di luar Kota Kediri atau hanya fokus pada lingkungan sekitar GOR?	
3	Berapa banyak platform media sosial yang dikelola secara aktif sebagai sarana promosi utama?	
Kualitas Promosi		
1	Bagaimana standar Bapak/Ibu dalam menentukan desain visual dan pesan dalam setiap konten promosi agar terlihat profesional?	
2	Mengapa Bapak/Ibu memilih media tersebut (misal: Instagram/Facebook) dibandingkan media lainnya untuk menyampaikan informasi layanan GOR?	

3	Apakah Bapak/Ibu melibatkan tim kreatif khusus atau tenaga ahli dalam menyusun pesan promosi agar terlihat menarik bagi calon penyewa?	
Kuantitas Promosi		
1	Dalam satu bulan, berapa kali Bapak/Ibu mewajibkan adanya pembaruan (update) informasi atau promo di media yang digunakan?	
2	Berapa banyak variasi program promosi yang pernah dijalankan (misal: diskon member, promo jam sepi, atau paket turnamen)?	
Waktu Promosi		
1	Berapa lama durasi ideal yang Bapak/Ibu tetapkan untuk setiap periode promo agar konsumen memiliki cukup waktu untuk merespons?	
2	Apakah ada jadwal atau kalender promosi khusus (misal: musiman atau hari besar) yang sudah direncanakan dalam satu tahun?	
Ketepatan Sasaran		
1	Kategori konsumen seperti apa (atlet, instansi, atau umum) yang Bapak/Ibu prioritaskan dalam setiap pesan promosi?	

2	Bagaimana Bapak/Ibu memastikan bahwa iklan yang disebarakan benar-benar sampai ke tangan komunitas bulutangkis di Kediri?	
---	---	--

Nama Admin/Staff :

No	Pertanyaan	Jawaban
	Jangkauan Promosi	
1	Seberapa sering Anda menyebarkan informasi promosi atau melakukan <i>update</i> di media sosial GOR?	
	Kualitas Promosi	
1	Apakah Anda sering mendapatkan pertanyaan dari konsumen terkait detail promo yang ada di poster atau media sosial? Menurut Anda, apakah informasinya sudah jelas?	
	Kuantitas Promosi	
1	Menurut pengamatan Anda, apakah jumlah penyewa meningkat secara signifikan setiap kali ada promo baru diluncurkan?	
	Waktu Promosi:	
1	Berapa lama biasanya masa berlaku sebuah paket promo	

	(misal: paket member bulanan) di GOR Wijaya?	
	Ketepatan Sasaran	
1	Dari pengunjung yang datang karena melihat promo, apakah mereka memang sesuai dengan target (misal: anak sekolah untuk pelatihan atau orang kantor)?	

Nama Penyewa :

No	Pertanyaan	Jawaban
	Jangkauan Promosi	
1	Dari mana Anda pertama kali mengetahui informasi mengenai GOR Bulutangkis Wijaya (Media sosial, teman, atau melihat papan iklan di jalan)?	
	Kualitas Promosi	
1	Apakah tampilan iklan atau konten di media sosial GOR Wijaya terlihat menarik dan informatif bagi Anda?	
2	Apakah informasi harga dan fasilitas yang ditawarkan dalam promosi mudah dipahami?	
	Kuantitas Promosi	
1	Seberapa sering Anda menjumpai iklan atau informasi	

	mengenai promo GOR Wijaya dalam satu bulan terakhir?	
2	Apakah promo yang diberikan (misal: diskon jam tertentu) sudah cukup menguntungkan bagi Anda sebagai konsumen?	
	Waktu Promosi	
1	Apakah menurut Anda durasi atau masa berlaku promo yang ditawarkan GOR Wijaya sudah cukup bagi Anda untuk memanfaatkannya?	
	Ketepatan Sasaran:	
1	Sebagai pecinta bulutangkis, apakah promo yang diberikan GOR Wijaya saat ini memang sesuai dengan kebutuhan Anda?	

**Strategi promosi dalam meningkatkan jumlah konsumen di GOR Bulutangs
Wijaya Kota Kediri**

Nama Owner :

No	Pertanyaan	Jawaban
Dampak Promosi terhadap Volume Penyewa		
1	Sejak strategi promosi intensif dijalankan, berapa persen perkiraan kenaikan jumlah penyewa lapangan setiap bulannya?	
2	Promosi jenis apa yang menurut Bapak/Ibu paling efektif dalam mendatangkan konsumen baru ke GOR Wijaya?	
3	Apakah Bapak/Ibu melihat adanya korelasi langsung antara biaya yang dikeluarkan untuk iklan dengan jumlah jam lapangan yang terjual?	
Retensi dan Akuisisi Konsumen		
1	Bagaimana strategi promosi Bapak/Ibu dalam mengubah penyewa "sekali datang" menjadi pelanggan tetap (member)?	
2	Apakah Bapak/Ibu memiliki program promosi khusus <i>referral</i> (ajak teman) untuk mempercepat peningkatan jumlah konsumen?	

Nama Admin Staff :

No	Pertanyaan	Jawaban
Respon Konsumen terhadap Promo		
1	Saat konsumen melakukan reservasi, seberapa sering mereka menyebutkan bahwa mereka datang karena melihat iklan atau promo tertentu?	
2	Apakah terjadi lonjakan pemesanan yang signifikan pada jam-jam tertentu setelah promo "Jam Sepi" (Happy Hour) diumumkan?	
3	Dari pengamatan Anda, apakah promo paket member berhasil menarik kelompok atau komunitas baru untuk rutin bermain di sini?	
Efektivitas Media Promosi		
1	Berdasarkan percakapan dengan pelanggan, media promosi mana yang paling banyak membawa orang datang langsung ke lokasi?	
2	Bagaimana cara Anda mengonversi orang yang hanya bertanya lewat chat (akibat promosi) hingga mereka benar-benar melakukan pembayaran/booking?	

Nama Penyewa :

No	Pertanyaan	Jawaban
Motivasi dan Keputusan Berkunjung		
1	Apakah adanya promosi (seperti diskon atau paket hemat) menjadi alasan utama Anda memilih GOR Wijaya dibandingkan GOR lain di Kediri?	
2	Seberapa besar pengaruh konten promosi di media sosial dalam meyakinkan Anda bahwa fasilitas di GOR Wijaya berkualitas dan layak dikunjungi?	
3	Setelah melihat promosi pertama kali, apakah Anda langsung memutuskan untuk menyewa lapangan, atau Anda membandingkannya terlebih dahulu dengan tempat lain?	
Loyalitas dan Rekomendasi:		
1	Apakah adanya promo berkelanjutan (seperti bonus main 10 kali gratis 1) membuat Anda tertarik untuk terus berlangganan di sini?	
2	Pernahkah Anda menyarankan atau mengajak teman/rekan kerja untuk bermain di GOR Wijaya	

	karena ada info promo menarik yang Anda dapatkan?	
3	Menurut Anda, promosi seperti apa yang paling menarik bagi warga Kediri agar lebih rajin datang berolahraga ke GOR Wijaya?	

PEDOMAN DOKUMENTASI
Tabel Checklist Dokumentasi Fokus 1

No	Indikator	Jenis Dokumen yang Diambil	Tanggal Diambil	Keterangan
1	Jangkauan	Foto Banner di Jl. Panglima Sudirman		Ada/Tidak
2	Jangkauan	Screenshot Insight Instagram		Ada/Tidak
3	Kualitas	Foto Desain Poster Promo Member		Ada/Tidak
4	Kuantitas	Rekap Postingan Bulanan		Ada/Tidak
5	Waktu	Foto Pengumuman Masa Berlaku Promo		Ada/Tidak
6	Sasaran	Foto Member sedang latihan (Target)		Ada/Tidak

Tabel Dokumentasi fokus 2

No	Objek Dokumentasi	Indikator yang Dibuktikan	Status
1	Screenshot tanya jawab Promo di WA/IG	Minat awal konsumen terhadap promo	[]

No	Objek Dokumentasi	Indikator yang Dibuktikan	Status
2	Foto buku jadwal lapangan (Full Booked)	Peningkatan jumlah penyewa harian	[]
3	Foto formulir member baru	Efektivitas promosi jangka panjang	[]
4	Foto bukti transfer/nota dengan harga promo	Realisasi transaksi konsumen	[]
5	Screenshot testimoni konsumen di medsos	Kepuasan dan penarikan konsumen baru	[]



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYEKH WASIL 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.iainkediri.ac.id

Nomor : 0115/Un.33/D4/PP.07.01.05/02/2026 Kediri, 24 Februari 2026
Lamp. : -
Perihal : **Permohonan Izin Riset / Penelitian**

Kepada
Pemilik GOR Wijaya Kota Kediri
di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat kami beritahukan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : FERRY RAHMAD WICAKSONO
NIM : 20401073
Semester : 12
Prodi : EKONOMI SYARIAH

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 :

**"Strategi Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen di GOR Bulutangkis
Wijaya Kota Kediri"**

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



JULFIANA EVARINI, SE.
NIP. 197107021998032002

Sent To : ferryrahmad0907@gmail.com

Lampiran 3 : Daftar Riwayat Hidup



Penulis, Ferry Rahmad Wicaksono, lahir pada tanggal 09 Juli 2000 di Kabupaten Kediri. Merupakan anak pertama dari 2 bersaudara pasangan Alm Bapak Sunarto dan Ibu Mukini. Memulai Pendidikan pada tahun 2007 di SDN Dermo 2 Kota Kediri dan lulus pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan Pendidikan di SMPN 8 Kota Kediri dan lulus pada tahun 2016. Selanjutnya meneruskan Pendidikan di MAN 2 Kota Kediri dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2020, penulis melanjutkan Pendidikan di UIN Syekh Wasil Kediri pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah. Selama menempuh Pendidikan di

perguruan tinggi, penulis telah melaksanakan kegiatan magang di beberapa instansi, yaitu Magang 1 di salah satu UMKM yang ada di Kota Kediri, Magang 2 di Lazis Mu Kabupaten Nganjuk dan Magang 3 di PT Fatikha Jagad Rejeki. Selain itu penulis juga melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kranding Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.