

LAMPIRAN

Lampiran 1. Luaran Penelitian



Desain Pemasaran

Templet Oleh:
WWW.SBDC.UH.EDU

Bagian 1

Ringkasan Eksekutif

Kemudahan teknologi saat ini mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja online. Berbagai produk dapat dibeli secara online termasuk sayuran. Day Day Fresh (DDF) sebagai salah satu usaha yang bergerak dalam menyediakan kebutuhan sayur dan buah secara online dapat menjadi solusi dalam memenuhi kebutuhan harian anda.

Munculnya pasar online membuat suatu usaha harus dapat bersaing dalam mendapatkan konsumen. Hal ini menjadi tantangan pemasaran bagi pelaku usaha di era ini karena sulitnya menembus pasar global dan bertemu konsumen potensial untuk produk yang mereka pasarkan. Permasalahan serupa terjadi pada usaha Day Day Fresh, yakni penjualan konsumen perumahan yang memiliki angka yang kecil serta perkembangan yang stagnan. Berkaitan dengan hal tersebut sangat penting dilakukan strategi pemasaran sayur online untuk meningkatkan penjualan di Day Day Fresh dengan menentukan segmentasi pasar dan preferensi konsumen sayur online yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Beberapa strategi dapat dilakukan Day Day Fresh untuk meningkatkan penjualan konsumen perumahan, yaitu melakukan pengembangan daerah penjualan per wilayah pada kawasan perkantoran dan perumahan elit di Kota Medan melalui pengenalan dan promosi gabungan antara online dan offline (penyebaran brosur), menghitung biaya operasional pengiriman

per wilayah untuk menentukan target konsumen agar tercapai kebijakan gratis ongkos kirim, menawarkan kebijakan kotak sayur di rumah konsumen untuk mempermudah penerimaan pesanan, bekerjasama dengan satpam perumahan atau kantor untuk penitipan pesanan konsumen, menyelesaikan keluhan atau komplain dari konsumen dengan segera setelah menerima bukti berupa foto atau video yang dikirim konsumen ke admin, mengirim produk dalam keadaan segar yang dibuktikan dengan foto produk sebelum dikirim, membungkus produk sayuran dengan plastik *wrapping*, mika atau plastik bening yang diberi lubang udara dan kemudian dikemas menggunakan *paper bag* atau kardus yang disesuaikan dengan jumlah pesanan dan diberi identitas usaha seperti logo dan nama usaha untuk menarik minat konsumen dan sebagai diferensiasi dengan pesaing, memberikan gratis ongkos kirim, kestabilan harga dan informasi harga kepada konsumen yang dilengkapi dengan masa berlakunya, menjalin kerja sama dengan petani dan pedagang untuk menciptakan kestabilan harga, memberikan kemudahan pilihan pembayaran tunai dan nontunai, menetapkan waktu pemesanan dan pengantaran sesuai keinginan konsumen yaitu sesi pertama pada pukul 07.00-10.00 WIB dan sesi kedua yaitu 16.00-22.00 WIB dengan pelayanan yang responsif, menggaungkan slogan "Belanja sayur dan buah mudah dari mana saja" untuk menarik interaksi konsumen, menjadikan instagram sebagai media promosi dan whatsapp sebagai media pemesanan untuk menarik konsumen baru, mengirimkan konten berupa foto dan video produk disertai daftar harga, konten kemudahan berbelanja sayur dan buah serta konten jaminan kualitas produk untuk menarik minat konsumen dalam membeli.

Bagian 2

Pesan Merek

Pesan yang ingin disampaikan usaha Day Day Fresh adalah memenuhi kebutuhan harian anda dengan cepat dan mudah dari mana saja

Visi

Menjadi *supplier* sayur dan buah pilihan konsumen rumah tangga dan konsumen bisnis yang mementingkan kepuasan pelanggan untuk menjalin kerjasama jangka panjang.

Misi

- Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan sayur dan buah konsumen
- Menerapkan sistem pemesanan yang mudah dan cepat
- Memberikan produk yang segar dan berkualitas
- Terus berinovasi menjadi penyedia sayur dan buah terbaik pilihan konsumen
- Memberikan layanan komplain kepada konsumen untuk meningkatkan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan

Slogan

Belanja sayur dan buah dengan mudah dari mana saja

Keunikan

Belanja kebutuhan sayur dan buah dapat dilakukan dengan mudah dan cepat seperti mengirim pesan dari mana saja dan pesanan akan sampai di alamat pemesan dengan tepat waktu.

Bagian 3

Target Konsumen dan Persona Pembeli

Segmentasi pasar Day Day Fresh adalah Masyarakat Medan dan sekitarnya yang bertempat tinggal di sekitar lokasi usaha seperti daerah Pancing dan Percut Sei Tuan, berjenis kelamin wanita dengan usia 19-35 tahun, berpendidikan terakhir D4-S1, mayoritas memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, wiraswasta dan ibu rumah tangga yang tidak memiliki banyak waktu untuk berbelanja kebutuhan dapur dengan tingkat pendapatan Rp5.000.001 sampai dengan lebih dari Rp7.000.000, berstatus sudah menikah, memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 4-5 orang, memiliki pola hidup suka mengkonsumsi sayur dengan frekuensi belanja 3-5 kali dalam seminggu dan biasanya membeli sayur dengan jumlah 5-6 jenis.

Bagian 4

Analisis Situasi

Perilaku berbelanja online menjadi peluang bagi usaha layanan sayur *online* dalam mengembangkan usahanya. Kemudahan berbelanja yang ditawarkan menjadi solusi bagi konsumen yang tidak memiliki waktu yang banyak untuk berbelanja kebutuhan dapur, seperti sayur dan buah. Kini berbelanja dapat dilakukan hanya dengan mengirim pesan dan pesanan akan sampai di alamat pembeli. Hanya dengan mengirim daftar pesanan, semua kebutuhan masakan anda akan terpenuhi.

Kemudahan sistem pemesanan dan keamanan pembayaran yang ditawarkan Day Day Fresh menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam berbelanja online di tengah kekhawatiran akan penipuan berbelanja online. Produk pertanian seperti sayuran dan buah yang rentan terjadi kerusakan juga menjadi pertimbangan yang sangat diperhatikan konsumen. Berdasarkan hal tersebut jaminan produk yang segar dan berkualitas akan mempengaruhi minat konsumen dalam membeli sayur dan buah *online*.

Bagian 5

Tujuan dan Sasaran Pemasaran

Tujuan pemasaran adalah meningkatkan penjualan Day Day Fresh pada konsumen rumahan.

Bagian 6

Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha Day Day Fresh terdapat beberapa strategi pemasaran yang dapat dilakukan, yaitu:

- Melakukan pengembangan daerah penjualan per wilayah pada kawasan perkantoran dan perumahan elit di Kota Medan melalui pengenalan dan promosi gabungan antara *online* dan *offline* (penyebaran brosur). Target pengembangan dipilih berdasarkan segmentasi pasar Day Day Fresh yang mayoritas adalah pegawai swasta dengan pendapatan Rp5.000.001 sampai dengan lebih dari Rp7.000.000
- Menghitung biaya operasional pengiriman per wilayah untuk menentukan target konsumen agar tercapai kebijakan gratis ongkos kirim
- Menawarkan kebijakan kotak sayur di rumah konsumen untuk mempermudah penerimaan pesanan
- Bekerjasama dengan satpam perumahan atau kantor untuk penitipan pesanan konsumen
- Menyelesaikan keluhan atau komplain dari konsumen dengan segera setelah menerima bukti berupa foto atau video yang dikirim konsumen ke admin. Penyelesaian dapat dilakukan dengan pengembalian dana atau mengganti pesanan dengan produk yang baru sesuai keinginan konsumen

- Mengirim produk dalam keadaan segar yang dibuktikan dengan foto produk sebelum dikirim. Produk sayuran dibungkus dengan plastik *wrapping*, mika atau plastik bening yang diberi lubang udara dan kemudian dikemas menggunakan *paper bag* atau kardus yang disesuaikan dengan jumlah pesanan dan diberi identitas usaha seperti logo dan nama usaha untuk menarik minat konsumen dan sebagai diferensiasi dengan pesaing
- Memberikan gratis ongkos kirim, kestabilan harga dan informasi harga kepada konsumen yang dilengkapi dengan masa berlakunya
- Menjalin kerja sama dengan petani dan pedagang untuk menciptakan kestabilan harga
- Memberikan kemudahan pilihan pembayaran tunai dan non tunai. Pembayaran non tunai yang paling direkomendasikan adalah transfer antar bank
- Menetapkan waktu pemesanan dan pengantaran sesuai keinginan konsumen yaitu sesi pertama pada pukul 07.00-10.00 WIB dan sesi kedua yaitu 16.00-22.00 WIB dengan pelayanan yang responsif
- Menggaungkan slogan "Belanja sayur dan buah mudah dari mana saja" untuk menarik interaksi konsumen
- Menjadikan instagram sebagai media promosi dan whatsapp sebagai media pemesanan untuk menarik konsumen baru.
- Mengirimkan konten berupa foto dan video produk disertai daftar harga, konten kemudahan berbelanja sayur dan buah serta konten jaminan kualitas produk untuk menarik minat konsumen dalam membeli sayur *online*.



- Beberapa contoh konten yang dapat dibuat untuk menarik minat konsumen dalam berbelanja sayur secara *online*:



Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Profil Konsumen		
Segmentasi	Pertanyaan	Jawaban
Geografi	Apakah anda berdomisili di Medan?	Ya / Tidak
Demografi	Jenis kelamin	Wanita / Pria
Demografi	Usia	13-18 / 19-35 / 36-50 / >50 tahun
Geografi	Dimana lokasi tempat tinggal anda?	Medan Denai / Medan Kota / Medan Perjuangan / Medan Petisah / Medan Tembung / Sekitar Pancing / Sekitar Percut Sei Tuan / Lainnya sebutkan
Demografi	Pendidikan terakhir	SD / SMP / SMA / D3 / D4/S1 / S2 / S3
Demografi	Pekerjaan	PNS / Pegawai Swasta / Wiraswasta / Pelajar atau Mahasiswa / Ibu Rumah Tangga / Lainnya sebutkan
Demografi	Pendapatan	<2.000.000 / 2.000.000-3.000.000 / 3.000.001-4.000.000 / 4.000.001-5.000.000 / 5.000.001-6.000.000 / 6.000.001-7.000.000 / >7.000.000
Demografi	Status pernikahan	Sudah menikah / Belum menikah / Duda atau Janda
Demografi	Jumlah anggota keluarga	1 orang / 2-3 orang / 4-5 orang / >5 orang
Psikografi	Apakah anda suka mengkonsumsi sayuran?	Suka / Tidak suka / Biasa saja
Behavioristik	Seberapa sering anda konsumsi sayuran? (dalam seminggu)	1-2 kali / 3-5 kali / 6-7 kali
Behavioristik	Frekuensi belanja sayuran (dalam seminggu)	1-2 kali / 3-5 kali / 6-7 kali
Psikografi	Apakah anda menyukai belanja sayuran secara <i>online</i> ?	Ya / Tidak/ Belum tahu
Behavioristik	Seberapa sering anda belanja sayuran secara <i>online</i> ? (dalam seminggu)	0 kali / 1-2 kali / 3-5 kali / 6-7 kali

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Product	Variasi Produk	Seberapa penting variasi sayuran bagi anda saat berbelanja sayur <i>online</i> ?	Sangat penting sekali / sangat penting / penting / kurang penting / tidak penting / sangat tidak penting / sangat tidak penting sekali
		Berapa jenis sayuran yang biasanya Anda beli secara <i>online</i> ?	1 - 2 jenis 3 - 4 jenis 5 - 6 jenis > 7 jenis
	Kualitas Produk	Dalam belanja sayur secara <i>online</i> , seberapa penting hal berikut: - Kesegaran sayuran - Kebersihan sayuran - Kerusakan fisik sayur - Warna sayuran sebagai daya tarik - Bentuk fisik sayur yang diterima sesuai dengan iklan	Sangat penting sekali / sangat penting / penting / kurang penting / tidak penting / sangat tidak penting / sangat tidak penting sekali
	Brand awareness	Apakah nama usaha mempengaruhi Anda dalam pembelian sayur?	Sangat mempengaruhi sekali / sangat mempengaruhi / mempengaruhi / kurang mempengaruhi / tidak mempengaruhi / sangat tidak mempengaruhi / sangat tidak mempengaruhi sekali
	Pelayanan	Waktu pemesanan yang paling sesuai dengan anda?	<i>Semantic Scale:</i> 07.00-10.00 WIB 10.01-13.00 WIB 13.01-16.00 WIB 16.01-19.00 WIB 19.01-22.00 WIB

		Sistem pemesanan yang paling sesuai dengan anda?	<i>Semantic Scale:</i> Pesan hri ini untuk besok Pesan hari ini untuk hari ini
		Jika memilih sistem pesan untuk hari ini, berapa paling lama waktu yang anda toleransi dari pemesanan hingga pengiriman?	<i>Semantic Scale:</i> 1 jam 2 jam 3 jam
	Kemasan produk	Desain kemasan bagaimana yang Anda sukai?	<p><i>Semantic scale:</i></p>  <p>Kardus</p>  <p>Kantong Plastik</p>



Tas Jaring



Paper Bag



Tote Bag

			 <p data-bbox="1339 509 1600 539">Keranjang Anyam</p>
		<p data-bbox="611 548 926 578">Pembungkus Sayuran</p>	 <p data-bbox="1314 873 1625 902">Dengan Pembungkus</p>  <p data-bbox="1327 1312 1612 1341">Tanpa Pembungkus</p>

Price	Harga terhadap keputusan pembelian	Seberapa penting harga sayuran dalam keputusan pembelian bagi anda?	Sangat penting sekali / sangat penting / penting / kurang penting / tidak penting / sangat tidak penting / sangat tidak penting sekali
		Apabila sayur <i>online</i> mengalami kenaikan harga, apa yang anda lakukan?	<i>Check box</i> (bisa dipilih lebih dari satu): - Membeli jumlah yang sama - Membeli lebih sedikit - Membeli lebih jarang - Membeli produk lain yang lebih murah - Membeli di toko <i>online</i> lain - Memutuskan tidak membeli sayuran secara <i>online</i> - Membeli sayur secara <i>offline</i>
		Apakah diskon untuk pembelian jumlah besar mempengaruhi keputusan pembelian bagi anda	Sangat mempengaruhi sekali / sangat mempengaruhi / mempengaruhi / kurang mempengaruhi / tidak mempengaruhi / sangat tidak mempengaruhi /sangat tidak mempengaruhi sekali
		Apakah harga khusus anggota mempengaruhi keputusan pembelian bagi anda	Sangat mempengaruhi sekali / sangat mempengaruhi / mempengaruhi / kurang mempengaruhi / tidak mempengaruhi / sangat tidak mempengaruhi /sangat tidak mempengaruhi sekali
	Sistem Pembayaran	Seberapa penting keamanan dan cara pembayaran yang mudah bagi anda?	Sangat penting sekali/sangat penting / penting/ kurang penting / tidak penting / sangat tidak penting / sangat tidak penting sekali
		Cara pembayaran yang Anda lakukan?	<i>Semantic Scale:</i> Tunai/Cash BTransfer Dana Ovo Link aja Gopay Shopee pay

		Apa aspek kepercayaan bertransaksi yang sesuai dengan anda?	<i>Semantic scale:</i> COD Testimoni <i>Review</i> produk Penilaian/Bintang produk Sistem Retur
	Ongkos kirim	Berapa batas biaya ongkir yang ingin anda bayar dalam melakukan pembelian	≤Rp.10.000 / Rp.10.001-15.000 / Rp15.001-20.000 / >Rp20.000
Promosi	Promosi terhadap keputusan pembelian	Seberapa penting hal berikut dalam mempengaruhi keputusan pembelian? <ul style="list-style-type: none"> - Promosi menarik - Foto produk yang menarik - Iklan tersebar luas dan meyakinkan -Merek tersebar di media internet -Kemudahan dalam pemesanan - Layanan Komplain - Testimonial pembeli - Endorse - Keuntungan <i>Membership</i> 	Sangat penting sekali / sangat penting / penting/ kurang penting / tidak penting / sangat tidak penting / sangat tidak penting sekali

	Konten	Konten apa yang anda sukai? -Postingan produk dan pricelist - Tips dan trik seputar sayur - Tutorial masak -Pengetahuan seputar sayur	Sangat suka sekali / sangat suka / suka/ kurang suka / tidak suka/ sangat tidak suka / sangat tidak suka sekali
	Event promosi	-Voucer belanja - promo gratis ongkir - Diskon - <i>Giveaway</i>	Sangat penting sekali / sangat penting / penting/ kurang penting / tidak penting/ sangat tidak penting / sangat tidak penting sekali
Tempat	Marketing channel	Dimana anda lebih suka untuk membeli sayur secara <i>online</i> ?	<i>Semantic scale:</i> Grab mart / Go mart / Toko sayuran di instagram / Toko sayur di FB / WA toko sayur / Shopee / Tokopedia/ <i>Website</i> toko sayur / Aplikasi toko sayur
		Dimana anda lebih suka untuk melihat informasi sayur secara <i>online</i> ?	<i>Semantic scale:</i> Grab mart / Go mart / Toko sayuran di instagram / Toko sayur di FB / WA toko sayur / Shopee / Tokopedia/ <i>Website</i> toko sayur / Aplikasi toko sayur

Lampiran 3. Beberapa Data Mentah Penelitian

Responden	Apakah	Jenis kelamin	Usia	Dimana lokasi tempat	Pendidikan terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Status pernikahan	Jumlah anggota keluarga	Apakah anda suka	Seberapa sering anda
1	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Johor	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	<2.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	3-5 Kali
2	Ya	Wanita	13-18 Tahun	Sekitar Percut Sei Tuan	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	2.000.000-3.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	3-5 Kali
3	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Sekitar Percut Sei Tuan	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	2.000.000-3.000.000	Belum Menikah	2-3 Orang	Netral	3-5 Kali
4	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Kota	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	<2.000.000	Belum Menikah	2-3 Orang	Suka	3-5 Kali
5	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Sekitar Pancing	D4/S1	Pelajar atau Mahasiswa	2.000.000-3.000.000	Belum Menikah	2-3 Orang	Suka	6-7 Kali
6	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Petisah	SMA	Pegawai Swasta	4.000.001-5.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	3-5 Kali
7	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Kota	D4/S1	Ibu Rumah Tangga	4.000.001-5.000.000	Sudah Menikah	1 Orang	Tidak Suka	1-2 Kali
8	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Sekitar Pancing	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	<2.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	1-2 Kali
9	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Dpn usu	D3	Pelajar atau Mahasiswa	2.000.000-3.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	3-5 Kali
10	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Sekitar Percut Sei Tuan	D4/S1	Belom berkerja	<2.000.000	Belum Menikah	4-5 Orang	Suka	3-5 Kali
11	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Pantai cermin	SMA	Pegawai Swasta	4.000.001-5.000.000	Belum Menikah	4-5 Orang	Netral	3-5 Kali
12	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan helvetia	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	2.000.000-3.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	3-5 Kali
13	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Helvetia	D4/S1	Pelajar atau Mahasiswa	2.000.000-3.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	3-5 Kali
14	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Baru	D4/S1	Wiraswasta	>7.000.000	Belum Menikah	4-5 Orang	Suka	3-5 Kali
15	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Kota	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	<2.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	1-2 Kali
16	Ya	pria	19-35 Tahun	Medan selayang	SMA	Frelance	4.000.001-5.000.000	Belum Menikah	2-3 Orang	Suka	3-5 Kali
17	Ya	pria	19-35 Tahun	Medan Petisah	D4/S1	Pelajar atau Mahasiswa	3.000.001-4.000.000	Belum Menikah	4-5 Orang	Netral	1-2 Kali
18	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan selayang	D4/S1	Belum memiliki pekerjaan	<2.000.000	Belum Menikah	2-3 Orang	Tidak Suka	1-2 Kali
19	Ya	Wanita	13-18 Tahun	Medan Petisah	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	3.000.001-4.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	3-5 Kali
20	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Kota	D4/S1	Wiraswasta	4.000.001-5.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	3-5 Kali
21	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Kota	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	2.000.000-3.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Netral	1-2 Kali
22	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Tembung	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	2.000.000-3.000.000	Belum Menikah	4-5 Orang	Suka	1-2 Kali
23	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Amplas	S2	Pegawai Swasta	5.000.001-6.000.000	Belum Menikah	4-5 Orang	Suka	6-7 Kali
24	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Denai	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	3.000.001-4.000.000	Belum Menikah	4-5 Orang	Suka	3-5 Kali
25	Ya	pria	19-35 Tahun	Medan Tembung	D4/S1	Pegawai Swasta	4.000.001-5.000.000	Belum Menikah	4-5 Orang	Netral	1-2 Kali
26	Ya	Wanita	36-50 Tahun	Medan Kota	D4/S1	Ibu Rumah Tangga	>7.000.000	Sudah Menikah	>5 Orang	Suka	3-5 Kali
27	Ya	Wanita	36-50 Tahun	Medan Kota	D3	Marketing	6.000.001-7.000.000	Belum Menikah	4-5 Orang	Netral	1-2 Kali
28	Ya	pria	>50 tahun	Medan Tembung	D4/S1	ngangomrrrrrr	<2.000.000	Duda atau Janda	>5 Orang	Tidak Suka	1-2 Kali
29	Ya	pria	19-35 Tahun	Medan delitua	SMA	Wiraswasta	>7.000.000	Sudah Menikah	2-3 Orang	Suka	6-7 Kali
30	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Tembung	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	2.000.000-3.000.000	Belum Menikah	4-5 Orang	Suka	3-5 Kali
31	Ya	Wanita	36-50 Tahun	Medan Denai	SMA	Ibu Rumah Tangga	>7.000.000	Sudah Menikah	4-5 Orang	Suka	3-5 Kali
32	Ya	pria	19-35 Tahun	Medan Kota	SMA	Wiraswasta	4.000.001-5.000.000	Belum Menikah	2-3 Orang	Suka	6-7 Kali
33	Ya	pria	19-35 Tahun	Medan Denai	SMA	Pegawai Swasta	4.000.001-5.000.000	Belum Menikah	>5 Orang	Suka	3-5 Kali
34	Ya	pria	>50 tahun	Sekitar Percut Sei Tuan	S2	PNS	4.000.001-5.000.000	Sudah Menikah	4-5 Orang	Suka	3-5 Kali
35	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Sekitar Pancing	D3	Wiraswasta	6.000.001-7.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	6-7 Kali
36	Ya	Wanita	19-35 Tahun	medan deli	D4/S1	Pegawai Swasta	6.000.001-7.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	3-5 Kali
37	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Amplas	D4/S1	Wiraswasta	>7.000.000	Belum Menikah	4-5 Orang	Tidak Suka	1-2 Kali
38	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Pantai Cermin	D4/S1	Guru	4.000.001-5.000.000	Belum Menikah	4-5 Orang	Suka	6-7 Kali
39	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Kota	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	3.000.001-4.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	1-2 Kali
40	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Simpang simalingkar	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	3.000.001-4.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	6-7 Kali
41	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Denai	D4/S1	Wiraswasta	>7.000.000	Sudah Menikah	2-3 Orang	Suka	6-7 Kali
42	Ya	Wanita	36-50 Tahun	Sekitar Percut Sei Tuan	D4/S1	Ibu Rumah Tangga	6.000.001-7.000.000	Sudah Menikah	4-5 Orang	Suka	6-7 Kali
43	Ya	Wanita	19-35 Tahun	P. Cermin	SMA	Guru Honorir	<2.000.000	Belum Menikah	2-3 Orang	Suka	3-5 Kali
44	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Sekitar Percut Sei Tuan	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	2.000.000-3.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	3-5 Kali
45	Ya	Wanita	36-50 Tahun	Medan hevetia	D4/S1	Pegawai Swasta	4.000.001-5.000.000	Sudah Menikah	>5 Orang	Suka	3-5 Kali
46	Ya	Wanita	36-50 Tahun	Medan Tembung	SMA	Ibu Rumah Tangga	6.000.001-7.000.000	Sudah Menikah	>5 Orang	Suka	6-7 Kali
47	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Selayang	D4/S1	Wiraswasta	6.000.001-7.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Suka	6-7 Kali
48	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Setia budi	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	2.000.000-3.000.000	Belum Menikah	4-5 Orang	Netral	1-2 Kali
49	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Sekitar Pancing	SMA	Pelajar atau Mahasiswa	2.000.000-3.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Netral	3-5 Kali
50	Ya	Wanita	19-35 Tahun	Medan Kota	D4/S1	Pegawai Swasta	4.000.001-5.000.000	Belum Menikah	1 Orang	Netral	1-2 Kali