

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK MENUNJANG PENJUALAN BERBASIS BISNIS ONLINE BAGI PEMULA

Yusaira Farhia

Jurusan Desain Komunikasi Visual, School of Design, BINUS University
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Kemanggisan, Jakarta Barat 11480
pleasedeh_ra@yahoo.com

ABSTRACT

Living in Jakarta, as one biggest business centre and largest target market, increases people awareness for doing entrepreneurship. However, for many business people with minimal capital, the choice is to run online business. Since internet as one familiar thing among society, the chance of online business is increasing. Research method used is questionnaire randomly for 20 respondents, internet and literature study. One online shop will be easier and structured in designing concept. This research is about the importance of visual communication design in the appearance of online business. Visual communication design will produce something with quality and increase product value and sales from online shop. Through the application of simple design element, a good and quality online shop will be created so it could help and give benefit for large audience.

Keywords: *design, online business, design element, photography, font*

ABSTRAK

Hidup di kota Jakarta, yang merupakan salah satu kota dengan sentra bisnis terbesar dan target market terbanyak, membuat kesadaran masyarakat untuk berbisnis bangkit. Tetapi bagi beberapa pebisnis minim modal, pilihannya bisa menjalankan bisnis online. Semenjak internet menjadi suatu hal yang familiar di masyarakat, peluang bisnis online mulai bangkit. Metode penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang dibagikan secara acak kepada 20 responden, studi internet, dan studi pustaka. Sebuah toko online akan lebih mudah dan terstruktur dalam merancang konsep. Penelitian ini mengungkap pentingnya desain komunikasi visual dalam sebuah tampilan bisnis online. Desain komunikasi visual akan menghasilkan sesuatu yang bermutu dan meningkatkan value barang dan penjualan dari produk toko online. Melalui penerapan elemen desain sederhana, maka toko online yang baik dan berkualitas akan tercipta sehingga dapat membantu dan memberi manfaat bagi khalayak banyak.

Kata kunci: *desain, bisnis online, elemen desain, fotografi, font*

PENDAHULUAN

Belakangan ini bisnis berbasis online shopping mulai menjamur. Semangat berwirausaha sedang berkobar-kobar karena faktor fleksibilitas waktu yang diimpi-impikan banyak karyawan kantor, kemandirian yang ingin diusung ibu rumah tangga, uang tambahan bagi pelajar dan mahasiswa, serta kebahagiaan yang ingin diraih dari bekerja untuk diri sendiri. Koneksi internet yang digunakan untuk mengirim email juga merupakan modal yang tak kalah pentingnya dalam memulai bisnis. Singkatnya, bisnis online adalah sebuah bisnis yang hanya membutuhkan modal kemauan dan koneksi internet.

Menurut Ollie (2008), bisnis online adalah bisnis yang dilakukan via internet sebagai media pemasaran dengan menggunakan website sebagai katalog. Adapun bentuk bisnis online yang sudah berjalan diantaranya adalah bisnis online yang merupakan pengembangan dari bisnis offline, bisnis yang melakukan penjualan produk, menjual jasa, menjual informasi, bahkan menjual iklan.

Bisnis online menjadi bisnis yang berpeluang besar karena tidak adanya batas pasar. Semua orang diseluruh penjuru dunia dapat mengakses website bisnis online kita. Pasar menjadi sangat besar. Bisnis ini juga buka 24 jam non-stop, tidak terbatas waktu, hal ini merupakan suatu kelebihan yang sangat luar biasa.

Untuk pasar Indonesia sendiri, peluang bisnis online ini sangat menggiurkan. Mengapa? Karena pengguna internet di Indonesia semakin lama semakin bertambah pesat. Menurut Ketua APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa internet Indonesia) Sylvia Sumarlin, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2007 mencapai 25 juta orang yang artinya naik 800 % dalam 7 tahun terakhir. Fenomena ini ditunjang dengan Internet service provider yang berlomba-lomba memberikan jasa akses internet cepat dengan harga murah. Saat ini diperkirakan ada sekitar 200 juta orang lagi yang belum tersambung ke internet. Dengan pasar yang begitu potensial, peluang bisnis ini memang cukup menjanjikan.

Bisnis *online store* pun tidak susah untuk dijalankan. Dulu, hanya orang-orang tertentu saja yang bisa menjalankan bisnis online. Diperlukan pengetahuan yang besar akan web developing dan juga uang yang tak kalah besar untuk membayar jasa web developer jika kita tidak menguasai cara membuatnya. Namun saat ini, dengan layanan blog gratis, hampir semua orang bisa segera mulai memunculkan profile dan tulisannya di internet. Blog tersebut digunakan untuk berbagai keperluan, mulai dari sekedar curhat, menulis resep, memajang foto pribadi, hingga melakukan bisnis.

Lagi, menurut Ollie (2008), ada beberapa alasan mengapa kebanyakan orang memilih blog untuk membuat toko online. Alasan pertama adalah murah, cukup dengan koneksi internet yang telah banyak ditawarkan dengan harga murah, kita bisa segera membuat blog. Alasan kedua adalah mudah, membuat blog dapat dilakukan dengan mudah oleh semua orang mulai dari anak sekolah hingga pensiunan. Alasan ketiga adalah cepat, dimana proses pembuatan dan perawatan blog sangat praktis dan tidak membutuhkan waktu yang lama. Alasan ke empat adalah network, karena komunitas *network* sangatlah loyal dan terbiasa untuk melakukan review untuk hal-hal yang disukainya.

Alasan lainnya yaitu tidak adanya batas pasar, semua orang diberbagai belahan dunia berpeluang menjadi pelanggan produk kita. Kita tinggal memilih blog gratis manakah yang akan kita gunakan. Di Indonesia ada beberapa blog gratis yang sering digunakan, antara lain *Facebook*, *Multiply*, *Twitter*, *Friendster*, *Ebay* dan masih banyak lagi. Metode memperbanyak jaringan sangat besar pengaruhnya bagi kelangsungan toko online yang dibangun.

Sayangnya hal ini tidak diikuti oleh kualitas dari toko dengan sistem online *shopping* yang banyak beredar belakangan ini. Menjamurnya berbagai toko online seolah membuat para penjualnya

hanya iseng-iseng dan asal untung saja. Banyak diantara mereka yang membuat tampilan blog yang biasa-biasa saja, bahkan sayangnya menampilkan foto dari barang yang dijual dengan tingkat kualitas yang buruk. Mulai dari foto produk yang gelap, buram bahkan tidak jelas dari bentuk aslinya. Padahal hal ini sedikit banyak sangat berpengaruh kepada tingkat penjualan toko online tersebut.

Untuk bahasan ini, kita akan fokuskan pada toko online yang menjual aksesoris, terutama bagi kalangan menengah. Beberapa contoh diambil dari toko online penulis, yang menjual produk aksesoris untuk pasar menengah yang telah dipostingkan pada blog gratis Facebook. Kita akan membahas faktor yang paling penting dalam berbisnis online, yaitu foto produk dan contoh sederhana pembuatan disain layout sederhananya. Dengan menampilkan foto produk dengan baik, jelas dan disisipkan sedikit unsur disain sederhana, maka dapat dipastikan, penjual akan mendapatkan keuntungan lebih dari pada yang hanya menampilkan foto produk secara asal-asalan saja.

METODE

Metode-metode penelitian dalam penulisan ini adalah: (1) kuesioner dibagikan secara acak kepada 20 responden; (2) pengumpulan data; (3) studi internet; dan (4) studi pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kuesioner

Dari pengumpulan data kuesioner terhadap 10 orang responden wanita, didapatkan beberapa hasil, yaitu: (1) responden yang telah mengenal internet lebih dari 5 tahun lebih berani untuk melakukan transaksi dengan toko online dibandingkan dengan responden yang baru mengenal internet selama 1 atau 2 tahun; (2) responden yang sering memakai internet dikesehariannya lebih memilih belanja online karena barang yang dijual biasanya tidak ada atau tidak banyak dijual dipasaran (tidak pasaran) dan harga yang ditawarkan biasanya lebih murah dari toko fisik; (3) foto atau gambar yang ditampilkan oleh toko online sangat berpengaruh pada keputusan akan membeli atau tidak. Semakin bagus foto, maka calon pembeli akan semakin bersemangat memilih; (4) sebagian besar pembeli pemula atau responden yang baru akan menjadi calon pembeli, memilih barang pada toko online berdasarkan foto yang menarik dan harga yang murah; (5) sebagian pembeli terkadang merasa sedikit tertipu dengan penampilan foto yang sangat menarik, foto pada toko online terlihat indah dipandang tetapi pada saat barang diterima ternyata ada saja kejadian barang tidak seindah yang terlihat difoto; (6) sebagian yang tidak puas dengan barang yang diterima akan beralih pada toko online lain yang mempunyai gambar yang tak kalah menarik, sebagian lain tetap bertahan pada toko online langganannya tersebut karena biasanya karena sang penjual ramah dan memberikan diskon pada pembelian kedua.

Pembahasan Karya Desain

Bentuk sosial media seperti blog gratis memiliki sifat dan karakteristiknya masing-masing, karena sifatnya yang berbentuk digital dan tidak menggunakan bahan kertas maka prinsip layout secara umum harus diterapkan. Dalam media digital seperti toko online justru prinsip-prinsip tersebut semakin diperkaya oleh keunikan masing-masing produk yang dijual. Banyak hal detail yang sifatnya menunjang dapat diterapkan. Karena sifatnya yang komersial, maka kita dapat lebih terarah pada satu tujuan saja, yaitu membuat produk yang akan dijual dipasaran menjadi lebih menarik dan lebih menjual dibandingkan dengan para kompetitornya. Sebagai desainer grafis saya akan memecahkan masalah ini dengan banyak memanfaatkan gambar, foto, tipografi dan elemen visual yang cukup sederhana.

Contoh Gambar Produk Online *Shopping* yang Dianggap Kurang Menjual



Gambar 1 Menggunakan gambar yang gelap



Gambar 2 Penggunaan font terlalu besar dan ramai yang sangat mengganggu



Gambar 3 Tidak adanya penekanan elemen desain sehingga tidak indah dipandang

Gambar Produk Online yang Menggunakan Elemen Desain Sederhana



Gambar 4 Memberikan gambaran detail dari barang dengan menggunakan pencahayaan yang baik



Gambar 5 Memberi elemen garis yang seimbang untuk menunjukkan detail dari berbagai sudut



Gambar 6 Penggunaan box untuk keterangan produk dan menggunakan huruf modern yang mudah dibaca

Elemen Desain Komunikasi Visual untuk Mendukung Penjualan Berbasis Online Shopping bagi Pemula

Sering saya melihat banyak toko *online* yang sebenarnya memiliki potensi penjualan cukup tinggi. Selain barang yang menarik dan unik, biasanya produk yang ditawarkan oleh toko online memiliki harga yang jauh lebih murah dari toko yang ada bentuk fisiknya. Kualitasnya pun tidak kalah bersaing. Sayangnya banyak diantara toko online tersebut yang tidak memiliki tatanan baik dari tampilan utama maupun foto dari barang yang dijual. Hal ini menyebabkan toko online *shopping* yang memiliki kasus seperti ini, tidak terlalu dilirik oleh calon pembeli yang biasanya melihat produk hanya dari sebatas komputer, laptop ataupun telpon selular.

Untuk menyiasati agar tampilan toko online mereka terlihat menarik, banyak yang menyewa jasa seorang developer, desainer grafis, bahkan sampai dengan fotografer handal. Hal ini tentu sangat memakan biaya yang tidak sedikit, padahal, mereka bisa saja melakukan langkah-langkah yang cukup mudah dengan hasil yang tak kalah bagus dengan hasil dari jasa seorang *developer*, desainer grafis, ataupun fotografer handal. Dengan melakukan step-step yang dapat dipelajari sendiri, sebuah toko online akan terlihat menarik dan tidak kalah dengan toko online yang terlihat mahal. Bila menerapkan step-step tersebut dan memakai prinsip desain yang ada, maka value atau harga dari barang yang ditawarkanpun akan bertambah. Step dan prinsip desain yang bisa diterapkan pada toko online ini sebaiknya memang kita pelajari karena dapat kita kerjakan sendiri dan tergolong mudah dalam pengerjaannya. Banyaknya bantuan desain sendiri pada aplikasi *Facebook*, *Multiply*, *Twitter*, *Friendster*, *Ebay* dan alat bantu penjualan sejenis lainnya, maka penjual dapat memfokuskan diri untuk membuat foto yang baik walau hanya berbekalkan kamera *pocket* biasa. Melalui foto yang baik dan menarik, maka barang yang akan dijual dapat berkata-kata lebih. Berikut prinsip dasar desain yang dapat diterapkan pada foto dari gambar barang yang akan dijual.

Pertama-tama kita harus mengetahui, bagaimanakah cara mendesain layout pada foto dari barang yang akan kita jual dengan baik? Menurut Rustan (2008), prinsip dasar layout adalah juga prinsip dasar desain grafis, antara lain: *sequence*/urutan, *emphasis*/penekanan, *balance*/keseimbangan, *unity*/kesatuan. Oleh karena itu, baiknya kita menerapkan ilmu ini kedalam karya foto pada toko *online*. Sebelumnya, ada beberapa pertanyaan yang pertama-tama perlu dijawab, yaitu: apa tujuannya; siapa targetnya; apa pesan yang ingin disampaikan; bagaimana cara menyampaikannya; di media apa dan kapan akan diperlihatkan. Jawaban semua pertanyaan tersebut adalah konsep dasar secara umum yang harus ada sebagai panduan untuk mendesain sebuah layout dari foto yang akan diperlihatkan kepada konsumen. Berikut kita akan membahas step-step mudah bagi pemilik toko online untuk menjajakan barang dari tokonya agar terlihat lebih menarik dan menjual. Sebagai contoh nyata, saya akan memberikan visual dari toko online aksesoris yang dimiliki oleh saya sebagai penulis.

Fotografi Sederhana

Kekuatan terbesar dari fotografi pada media periklanan khususnya adalah kemampuan untuk memberi kesan dapat dipercaya atau bernilai jual tinggi. Untuk itu tentukan posisi atau angle yang tepat untuk memfoto barang yang akan dijual. Tidak perlu menggunakan kamera canggih bernilai jutaan rupiah, hanya dengan *pocket* camera, kita dapat membuat foto tersebut menjadi lebih bernilai, tentunya dengan menerapkan elemen pendukung visual.

Buatlah foto produk dengan berbagai *angle*, semakin banyak *angle* maka kita akan mengetahui posisi terbaik dari produk yang akan dijual. Apabila foto yang dihasilkan lebih gelap atau lebih terang dari aslinya, kita dapat menggunakan bantuan photoshop untuk mengeditnya dengan cara mengatur *brightness* dan *contrast* pada toolbar *image*. Perlu diketahui bahwa tidak disarankan untuk memberikan efek yang terlalu banyak pada foto karena selain dapat mengganggu, penggunaan efek yang terlalu banyak mengubah tampilan asli dari foto barang yang dijual. Efek atau filter pada

Photoshop yang diterapkan terlalu banyak juga akan menambah ukuran foto menjadi lebih besar kapasitasnya sehingga akan lama untuk diunduh ke internet dan juga akan menyebabkan lamanya loading foto ketika konsumen berkunjung ke toko *online* kita.

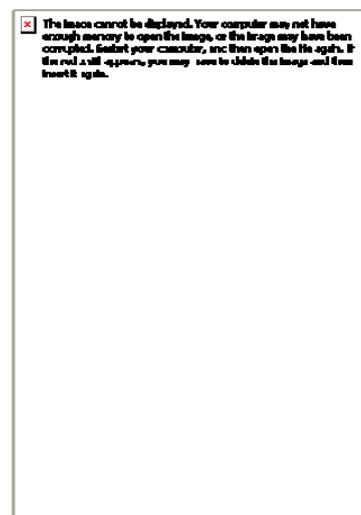
Gunakan *background* sederhana tapi unik. Jangan memakai background yang bertolak belakang dengan barang yang akan difoto, baik dari segi warna maupun konsep dari toko online tersebut. Gunakan juga pencahayaan yang cukup. Cukup dengan bantuan sinar matahari dipagi hari dan siang hari, maka efek yang dimau akan tercipta, tentunya dengan sedikit bantuan dari program Photoshop yang telah dibahas diatas. Hindari memotret di malam hari, karena efek lampu rumahan yang biasa dipakai sangat jauh berbeda dibandingkan dengan efek lampu sorot atau tembak yang biasanya ada di studio fotografi.

Seperti yang sudah diutarakan diatas, ada baiknya kita menentukan layout sebelum semua dimulai. Buatlah layout foto secara kasar sebelum memotret objek yang akan dijual agar nantinya dapat ditambahkan beberapa keterangan dan elemen desain sebagai pendukung foto. Reznicki (1999) mengatakan “*Lay outs are like road maps for photographers-they tell you in what direction you need to go.*” Oleh karena itu, sangat disarankan untuk membuat sketsa dari tampilan foto barang yang hendak dijual agar kita tahu tindakan apa saja yang akan diambil selanjutnya.

Gambar 7 dan 8 adalah contoh foto dengan pencahayaan sederhana, dengan menggunakan matahari dipagi hari, sekitar pukul 10.00 WIB. Setelah memfokuskan foto hanya pada bagian barang yang akan kita jual, maka kita dapat langsung mengeditnya seperti bahasan di atas.



Gambar 7 Contoh foto dari kamera *pocket* yang belum diedit *brightness* dan *contrast*-nya



Gambar 8 Contoh foto dari kamera *pocket* yang sudah diedit *brightness* dan *contrast*-nya

Elemen Desain Berupa Kotak/Box/Bingkai/Frame dan Garis

Dengan adanya kotak, tiap informasi tambahan seperti teks dapat dibedakan dengan jelas oleh pembeli. Fungsinya selain untuk meletakkan informasi dari gambar juga agar terlihat lebih rapi. Sedangkan garis merupakan elemen desain yang dapat menciptakan kesan estetis pada suatu karya desain atau foto. Di dalam suatu layout, garis mempunyai sifat yang fungsional antara lain membagi suatu area, menyeimbangkan berat dan sebagai elemen pengikat sistem desain supaya terjaga kesatuannya. Hal ini bisa diterapkan bagi para penjual yang ingin menampilkan sisi lain atau menerapkannya ke

bidang yang berbeda dari barang yang akan dijual. Gunakan warna sederhana seperti warna hitam atau putih saja, agar garis dan box berkesan minimalis dan netral.



Gambar 9 Contoh layout foto yang menggunakan kotak dan garis

Tipografi Minimalis

Beberapa hal penting sebagai faktor pendukung dalam mendesain yaitu tipografi yang dalam penerapannya yaitu judul. Suatu artikel atau foto komersial biasanya diawali oleh sebuah atau beberapa kata singkat yang disebut judul. Judul diberi ukuran besar untuk menarik perhatian dan membedakannya dengan elemen yang lain. Selain dari ukuran, pemilihan karakter font yang tercermin dari jenis huruf tersebut juga harus menarik perhatian, karenanya untuk judul, segi estetis lebih diprioritaskan. Kita dapat menggunakan huruf yang sifatnya dekoratif, tetapi modern dan mudah terbaca. Untuk keterangan dan harga, bisa menggunakan ukuran font yang lebih kecil. Kita juga bisa menaruh tag atau watermark toko online kita hanya dengan font saja agar tidak terlalu ramai.



AmnerisBrownnecklace
IDR 73.000

Gambar 10 Contoh layout foto yang menggunakan kotak, garis dan font modern

Desain Visual pada Toko Online yang Baik

Prasyarat utama membuat karya foto dengan desain yang baik adalah konsep yang persuasif dan menarik, juga unik. Yang terpenting dalam hasil dari pembuatannya adalah sampainya suatu pesan yang terkandung dalam foto dari barang yang akan dijual tersebut. Sesuai dengan ilmu komunikasi berarti komunikasi lewat media visual yang dibuat oleh pemilik toko online harus terbaca dan bisa dimengerti dan dapat menarik minat pengunjung yang melihat toko *online*-nya. Tidak hanya sekedar lewat tanpa kesan sedikit pun.

Komunikasi yang jelas akan dimengerti pastilah bergantung pada gambar atau visual yang ada, huruf yang terbaca dengan menggunakan kaidah-kaidah dalam ilmu tipografi, tata letak atau *layout* yang menarik (tidak membosankan), warna-warna yang sesuai, dari keunikan komposisi keseluruhan menggunakan prinsip-prinsip desain dan yang paling terpenting adalah sesuai dengan sasaran pembeli atau pemerhati toko *online* tersebut dilihat dari umur, segmentasi, latar belakang pendidikan dan lain-lain.

PENUTUP

Dari semua yang sudah diuraikan di atas, maka kita mengharapkan sebuah toko *online* akan lebih mudah dan terstruktur dalam merancang konsep. Menghasilkan sesuatu yang bermutu dan meningkatkan *value* barang dan penjualan dari produk toko online tersebut. Melalui penerapan elemen desain sederhana, maka toko *online* yang baik dan berkualitas akan tercipta sehingga dapat membantu dan memberi manfaat bagi khalayak banyak.

DAFTAR PUSTAKA

Ollie. (2008). *Membuat toko online dengan Multiply*. Jakarta: Media Kita.

Rustan, S. (2008). *Layout, dasar dan penerapannya*. Jakarta: Gramedia pustaka Utama.

Reznicki, J. (1999). *Studio & commercial photography*. Rochester, NY: Silver Pixel Press.

RIWAYAT PENULIS

Yusaira Farhia S.Sn, lahir di kota Pontianak pada tanggal 18 Mei 1983. Penulis menamatkan pendidikan S1 di Universitas Bina nusantara di Jakarta dalam bidang Desain Komunikasi Visual pada tahun 2005. Mulai dari tahun 2005 sampai 2010 penulis mempunyai pengalaman sebagai desainer grafis in-house di beberapa perusahaan yaitu PT. Solo Sistem, PT. Danal Korea dan Bina Nusantara. Saat ini, selain bekerja sebagai desainer grafis freelancer, penulis bekerja sebagai staf pengajar di Universitas Bina Nusantara. Penulis juga membuat dan menjalankan bisnis aksesoris karyanya sendiri dengan berbasis online *shopping*.

KUESIONER

Saya adalah dosen Disain Komunikasi Visual dari Binus University yang sedang mengadakan penulisan mengenai online shopping. Saya membutuhkan bantuan Anda untuk mengisi kuesioner demi melengkapi keakuratan data yang telah ada. Terima kasih atas waktunya.

Keterangan : Silahkan memberi tanda pada kolom yang sesuai.

Identitas Responden :

1. Jenis Kelamin

- (1) laki-laki
- (2) perempuan

2. Usia

- (1) <20 tahun
- (2) 21-30 tahun
- (3) 31-40 tahun

3. Status Pernikahan

- (1) Menikah
- (2) Belum Menikah

4. Tingkat Pendidikan

- (1) Sma
- (2) Diploma 3 (D3)
- (3) Sarjana (S1)
- (4) Pasca Sarjana (S2)

5. Jenis Pekerjaan

- (1) Tidak / Belum Bekerja
- (2) Wiraswasta
- (3) Pegawai Negri Sipil
- (4) Pegawai Swasta

6. Jumlah Pengeluaran per Bulan

- (1) < Rp. 1 Juta
- (2) Rp. 1 Juta - 2 Juta
- (3) Rp. 2 Juta - 3 Juta
- (4) >Rp. 3 Juta

7. Mengenal Internet

- (1) < 1 tahun
- (2) 1-3 tahun
- (3) 3-5 tahun
- (4) >5 tahun

Pengetahuan

1. Apakah anda pernah melakukan transaksi online?

- (1) Ya
- (2) Tidak, Karena :

2. Jika ya, apa yang pernah anda beli?

- (1) Pakaian /aksesori
- (2) Gadget
- (3) Buku
- (4) Lainnya :

3. Anda memilih melakukan pembayaran pada transaksi online dengan cara apa?

- (1) Kartu Kredit
- (2) Transfer via ATM
- (3) Cash On Delivery

- (4) Lainnya :
- 4. Menurut anda, berapa hari idealnya pengiriman, bila transaksi dikota yang sama?**
- (1) 2 hari
 (2) 3 hari
 (3) 4 hari
 (4) Lainnya :
- 5. Apa motif anda melakukan transaksi online?**
- (1) Malas keluar
 (2) Lebih praktis
 (3) Lebih murah / ada diskon / ada promo
 (4) Lainnya :
- 6. Jika ya, apa yang pernah anda beli?**
- (1) Pakaian /aksesori
 (2) Gadget
 (3) Buku
 (4) Lainnya :
- 7. Apakah anda suka atau pernah membeli baju atau aksesoris dari toko online?**
- (1) Ya
 (2) Tidak, Karena :
- 8. Apakah anda percaya dengan kualitas baju atau aksesoris online *shopping*?**
- (1) Ya
 (2) Tidak, Karena :
- 9. Apakah foto dari barang yang dijual mempengaruhi keinginan anda untuk berbelanja ditoko online tersebut?**
- (1) Ya,Karena :
- (2) Tidak, Karena :
- 10. Selain foto, sebutkan faktor lain yang membuat anda ingin berbelanja pada sebuah toko online**
- (1)
 (2)
- 11. Apakah anda pernah merasa tidak puas dengan barang dari toko online yang telah anda terima?**
- (1) Ya,Karena :
- (2) Tidak, Karena :
- 12. Apakah anda mempunyai toko online baju atau aksesoris langganan?**
- (1) Ya,Karena :
- (2) Tidak, Karena :
- 13. Bila ya, sebutkan nama toko online dari baju atau aksesoris langganan dan alasan Anda menjadikannya sebagai langganan**
- (1)
 (2)
- 14. Menurut Anda, apa saja keuntungan membeli baju atau aksesoris dari toko online bila dibandingkan dengan toko yang ada bentuk fisiknya?**
- (1)
 (2)