



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## LAPORAN TUGAS AKHIR



### IDENTIFIKASI PERSEPSI KONSUMEN “CRING!!!” MELALUI SURVEI KEPUASAN PELANGGAN

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Disusun oleh:

M.Fachri

2108311030

**PROGRAM STUDI D-3 MANAJEMEN PEMASARAN  
UNTUK WARGA NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS**

**JURUSAN AKUNTANSI**

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**AGUSTUS 2024**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## LAPORAN TUGAS AKHIR



### **IDENTIFIKASI PERSEPSI KONSUMEN “CRING!!!” MELALUI SURVEI KEPUASAN PELANGGAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya

Disusun oleh:  
M.Fachri  
2108311030

**PROGRAM STUDI D-3 MANAJEMEN PEMASARAN  
UNTUK WARGA NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS  
JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
AGUSTUS 2024**



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas akhir ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : M.Fachri

NIM : 2108311030

Tanda tangan : 

Tanggal : 13 Agustus 2024

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**LEMBAR PENGESAHAN**

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : M.Fachri  
NIM : 2108311030  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan TA : Identifikasi Persepsi Konsumen “Cring!!!”  
Melalui Survei Kepuasan Pelanggan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada program Studi D-3 Manajemen Pemasaran, Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

**DEWAN PENGUJI**

Ketua Penguji : Sri Isti Untrai, S.E.,M.Si.   
Anggota Penguji 1 : Kristin Lukitaningrum, S.Pd.,M.M. (  )  
Anggota Penguji 2 : Innas Rovino Katuruni, S.Hut., MM. (  )

**DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN  
AKUNTANSI**

Ditetapkan di : Depok  
Tanggal : 13 Agustus 2024





## LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Penyusun : M.Fachri  
Nomor Induk Mahasiswa : 2108311030  
Jurusan/Program Studi : Akuntansi /D-3 Manajemen Pemasaran WNBK  
Judul Laporan TA/ Skripsi : IDENTIFIKASI PERSEPSI KONSUMEN  
“CRING!!!” MELALUI SURVEI KEPUASAN

Disetujui oleh:

Pembimbing

Innas Rovino Katuruni, S.Hut., MM.

NIP: 198811142019121001

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Kepala Program Studi

Innas Rovino Katuruni, S.Hut., MM.

NIP: 198811142019121001

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawa ini :

Nama : M.Fachri  
NIM : 2108311030  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Jurusan : Akuntansi  
Jenis Karya : Penulisan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Non eksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **IDENTIFIKASI PERSEPSI KONSUMEN “CRING!!!” MELALUI SURVEI KEPUASAN**

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada Tanggal : 13 Agustus 2024

Yang menyatakan

(M.Fachri)

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kita berbagai macam nikmat, sehingga aktifitas hidup yang kita jalani ini akan selalu membawa keberkahan, kesehatan, semangat dan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“IDENTIFIKASI PERSEPSI KONSUMEN “CRING!!!” MELALUI SURVEI KEPUASAN PELANGGAN”**.

Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan pada Program Studi D-3 Manajemen Pemasaran untuk Warga Negara Berkebutuhan Khusus Politeknik Negeri Jakarta.

Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
3. M Bapak Innas Rovino Katuruni, S.Hut.,M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran untuk Warga Berkebutuhan Khusus Politeknik Negeri Jakarta dan juga sebagai Pembimbing Tugas Akhir.
4. Para dosen pengajar dan tenaga kependidikan Prodi D-3 MP-WNBK PNJ.
5. Keluarga besar dan saudara yang selalu mendukung, doa, dan semangat penulis.
6. Teman-teman Tuli yang selalu mendukung, doa, dan semangat penulis.
7. Sahabat penulis yang selalu mendukung, doa, dan semangat penulis.
8. Teman-teman penulis yang selalu mendukung, doa, dan semangat penulis.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu besar harapan penulis jika ada kritik dan saran yang membangun untuk lebih menyempurnakan. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat.

Depok, 13 Agustus 2024

(M.Fachri)



## ABSTRAK

M.Fachri

Manajemen Pemasaran Warga Negara Berkebutuhan Khusus  
Identifikasi Persepsi Konsumen “CRING!!!” Melalui Survei Kepuasan Pelanggan

CRING!!! adalah makanan ringan favorit yang disukai saat aktivitas ringan. Produk cemilan kering dengan berbagai rasa, termasuk pedas dan original, bertujuan memberikan kepuasan pelanggan melalui kualitas layanan yang baik (Sasongko, 2021). Harga produk menjadi pertimbangan utama bagi konsumen, sehingga perusahaan harus menyesuaikan harga dengan kualitas produk dan harga pesaing. Penulis tugas akhir ini dilakukan untuk memenuhi syarat kelulusan D3 Manajemen Pemasaran di Politeknik Negeri Jakarta dengan judul “Identifikasi Persepsi Konsumen 'CRING!!!' Melalui Survei Kepuasan”, yang fokus pada penjualan, pemasaran, dan pengukuran kepuasan pelanggan. Riset pasar menunjukkan makanan ringan pedas dan unik diminati, sehingga CRING!!! menawarkan dua rasa khas dengan potensi pasar yang besar. Tujuan penulis ini adalah menganalisis pemasaran dan persepsi pelanggan terhadap produk CRING!!! melalui studi literatur, observasi, dan deskripsi temuan. Profil usaha CRING!!! mencakup produk makaroni goreng pedas dan original, dengan target pasar anak-anak hingga dewasa, serta keunggulan pada rasa, kemasan, dan harga terjangkau. Hasil survei menunjukkan mayoritas responden berusia 18-25 tahun, belum menikah, dan memiliki uang saku Rp 50.000 - Rp 100.000 per hari, dengan alasan utama pembelian karena rasa enak. Kesimpulan menunjukkan proses pemasaran yang baik dan persepsi positif pelanggan terhadap CRING!!!, meskipun ada permintaan untuk distribusi lebih luas dan promosi lebih intensif.

Kata kunci : CRING!!!, kepuasan pelanggan, cemilan kering.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## ABSTRACT

M. Fachri

*Marketing Management of Citizens with Special Needs  
Identifying Consumer Perception of "Cring!!!" Through Customer Satisfaction  
Survey*

*CRING!!! is a favorite snack food that is preferred during light activities. Dry snack products with various flavors, including spicy and original, aim to provide customer satisfaction through good service quality (Sasongko, 2021). Product prices are a major consideration for consumers, so companies must adjust prices to product quality and competitor prices. The writing of this final project was carried out to fulfill the requirements for graduating from D3 Marketing Management at Politeknik Negeri Jakarta with the title "Identification of Consumer Perceptions of 'CRING!!!' Through Satisfaction Survey", which focuses on sales, marketing, and measuring customer satisfaction. Market research shows spicy and unique snacks are in demand, so CRING!!! offers two distinctive flavors with great market potential. The purpose of this paper is to analyze the marketing and customer perception of CRING!!! products through literature review, observation, and description of findings. CRING!!!'s business profile includes spicy and original fried macaroni products, with a target market of children to adults, and advantages in taste, packaging, and affordable prices. Survey results show that the majority of respondents are 18-25 years old, unmarried, and have an allowance of IDR 50,000 - IDR 100,000 per day, with the main reason for purchase being good taste. The conclusion shows a good marketing process and positive customer perception of CRING!!!, although there is a request for wider distribution and more intensive promotion.*

**Keywords:** *Cring!!!, customer satisfaction, dry snacks.*

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



## DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penulisan.....	1
1.2 Tujuan Penulisan.....	2
1.3 Manfaat Penulisan.....	3
1.4 Metode Penulisan.....	4
1.5 Sistematika Penulisan .....	4
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA .....	18
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.1 Strategi Pemasaran.....	19
2.2.2 Penjualan dan Distribusi .....	20
2.2.3 Promosi dan Komunikasi Pemasaran.....	20
2.3 Perilaku Konsumen .....	21
2.3.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	22
2.4 Survei Pelanggan .....	24
Strategi Efektif dalam Survei Pelanggan .....	25
2.5 Persepsi Konsumen .....	27
2.5.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen .....	27
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen .....	28
BAB III PROFIL DAN PELAKSANAAN USAHA.....	30
3.1 Profil Usaha.....	30
3.1.1 Jenis usaha.....	30
3.1.2 Nama usaha .....	32
3.1.3 Logo usaha .....	32
3.1.4 Gambar produk beserta label .....	34
3.1.5 Diskripsi/spesifikasi barang yang dijual .....	36
3.2 Pelaksanaan Usaha .....	36
3.2.1 Perencanaan usaha .....	36
3.2.2 Perhitungan modal .....	37
3.2.3 Perhitungan harga pokok penjualan (harga dasar) makaroni pedas.....	38
3.2.4 Perhitungan keuntungan.....	40

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2.5 Penetapan harga jual Penetapan harga jual produk CRING!!! baik makaroni pedas .....	40
3.2.6 Perencanaan Survei .....	40
3.2.7 Mengemas Produk.....	42
BAB IV .....	32
PEMBAHASAN .....	32
4.1 Hasil Penjualan. ....	32
4.2 Menganalisa proses pemasaran produk-produk CRING!!!.....	34
4.2.1 Lingkungan .....	34
4.2.2 Analisa SWOT .....	35
4.2.3 STP.....	37
4.2.4 7P Dan Bauran Pemasaran .....	39
4.3 Hasil survey kepuasan pelanggan .....	42
4.3.1 Hasil preferensi responden.....	42
4.3.2 Profil Responden hasil yang tidak pernah beli.....	43
4.4 Berikutan ini hasil yang pernah beli .....	47
4.6 Persepsi pelanggan terhadap terhadap produk – produk CRING!!! .....	59
BAB V.....	61
PENUTUP.....	61
5.1 kesimpulan .....	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN .....	65
1. Lampiran Foto Produk .....	65
2. Lampiran Foto Produk Berlabel.....	65
3. Lampiran Flayer .....	66
4. Kwitansi/Bon .....	66
5. Foto kegiatan penjualan .....	67
6. Kuesioner kepuasan Pelanggan.....	67
7. Hasil (data) kuesioner responden.....	69



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo merk .....	33
Gambar 3. 2 produk beserta label Sumber : Dokumentasi Penulisan .....	34
Gambar 3. 3 Flowchart Mengemas Produk .....	42
Gambar 3. 4 Flowchart Mengemas Produk .....	42
Gambar 4. 1 Poster menu CRING!!!.....	41



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Perhitungan Modal.....	37
Tabel 3. 2 Perhitungan Modal Makaroni pedas .....	38
Tabel 3. 3 Perhitungan Modal Makaroni original .....	38
Tabel 3. 4 Perhitungan Harga Pokok Penjualan.....	38
Tabel 3. 5 Perhitungan hanya pokok penjualan .....	39
Tabel 4. 1 Rekapitulasi hasil penjualan Cring!!! Pada semester 5.....	32
Tabel 4. 2 Rekapitulasi hasil penjualan Cring!!! Pada semester 6.....	33
Tabel 4. 3 Hasil Survei pernah dan tidak pernah beli .....	42
Tabel 4. 4 Indetitas Umur Pelanggan .....	43
Tabel 4. 5 Indetitas Jenis Kelamin Pelanggan .....	43
Tabel 4. 6 Indetitas Pendidikan Pelanggan .....	44
Tabel 4. 7 Indetitas status Pelanggan .....	45
Tabel 4. 8 Indetitas Pekerjaan Pelanggan .....	45
Tabel 4. 9 Indetitas Domisili Pelanggan .....	46
Tabel 4. 10 Uang saku Pelanggan Perhari .....	46
Tabel 4. 11 Hasil survey alasan tidak membeli.....	46
Tabel 4. 12 Indetitas Umur Pelanggan.....	48
Tabel 4. 13 Indetitas Jenis Kelamin Pelanggan .....	48
Tabel 4. 14 Indetitas Pendidikan Pelanggan .....	49
Tabel 4. 15 Indetitas status Pelanggan .....	49
Tabel 4. 16 Indetitas Pekerjaan Pelanggan .....	50
Tabel 4. 17 Indetitas Domisili Pelanggan .....	50
Tabel 4. 18 Berapa uang saku perhari Pelangan .....	50
Tabel 4. 19 kenapa membeli CRING!!!.....	52
Tabel 4. 20 Produk rasa apa yang pernah kamu beli dari CRING!!!.....	53
Tabel 4. 21 Apa rasa favorit Anda dari produk CRING!!! .....	53
Tabel 4. 22 Seberapa sering Anda membeli produk CRING!!!.....	54
Tabel 4. 23 Apakah Anda akan merekomendasikan produk CRING!!! .....	54
Tabel 4. 24 Saran dan masukan untuk produk CRING!!! ?.....	55
Tabel 4. 25 kepuasan pelanggan Terhadap Seberapa puas .....	56
Tabel 4. 26 kepuasan pelanggan Terhadap Seberapa puas .....	56
Tabel 4. 27 kepuasan pelanggan Terhadap Beri nilai kualitas produk CRING!!! ?.....	57
Tabel 4. 28 kepuasan pelanggan Terhadap Bagaimana penilaian.....	58
Tabel 4. 29 Penampilan penjual CRING!!! Rapi dan bersih?.....	59

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Foto Produk .....	65
Lampiran 2 Foto Produk Berlabel.....	65
Lampiran 3 Flayer .....	66
Lampiran 4 Kwitansi/Bon .....	66
Lampiran 5 Foto kegiatan penjualan.....	67
Lampiran 6 Kuesioner kepuasan Pelanggan .....	69
Lampiran 7 Hasil (data) kuesioner responden .....	72



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penulisan

CRING!!! (Cemilan kering) merupakan makanan ringan yang menjadi favorit masyarakat pada saat orang sedang melakukan aktifitas dan belum ingin makan nasi sebagai makanan pokok sehari-hari. Banyak jenis makanan cemilan kering yang terjual di masyarakat dengan berbagai macam rasa seperti rasa gurih, manis, asin, asem, pedas dan lain sebagainya serta cita rasa buah, sayur, dan lain sebagainya pula. Dalam dunia usaha, para penjual makanan cemilan tentu menginginkan produk yang mereka jual akan diminati oleh masyarakat luas. Sehubungan hal tersebut disamping memberikan pelayanan yang baik, para penjual perlu melakukan pemilihan produk yang bisa memberikan kepuasan para pelanggannya.

Sasongko (2021) menyimpulkan bahwa baik dan buruknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia barang/jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Yang dimaksud kualitas layanan adalah hasil penilaian pelanggan terhadap perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan dari layanan yang mereka terima dari penyedia layanan, baik penilaian secara sebagian atau secara keseluruhan. Meskipun kualitas layanan dianggap baik oleh penyedia barang/jasa namun jika persepsi pelanggan tidak sesuai harapan maka kualitas layanan tetap dianggap buruk. Jadi kualitas layanan dianggap baik apabila persepsi pelanggan sesuai dengan yang diharapkan.

Para konsumen selalu memperhatikan tingkat harga ketika mereka mencari produk atau jasa. Oleh karena itu, harga yang diajukan selalu menjadi pertimbangan utama sebelum mereka membuat keputusan pembelian atau penggunaan.

Keberadaan harga yang murah atau mahal suatu produk atau jasa bersifat relatif. Jika harga terlalu tinggi tanpa didukung oleh kualitas yang baik, dapat menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Oleh karena itu, dalam menetapkan harga, perusahaan harus mempertimbangkan kualitas produk yang ditawarkan. Selain itu, perusahaan juga perlu membandingkan harga dengan produk sejenis

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang ditawarkan oleh pesaing, agar harga yang ditetapkan tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah.

Dalam rangka memenuhi persyaratan kelulusan pada jenjang D3 Program Studi Manajemen Pemasaran Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, penulis akan membuat laporan tugas akhir yang berkaitan dengan penjualan, pemasaran dan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dengan judul: “Identifikasi Persepsi Konsumen “Cring!!!” Melalui Survei Kepuasan”. Dalam penjualan, pemasaran dan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan, produk yang dijual adalah makaroni pedas dan original.

Alasan utama memilih produk cemilan makaroni pedas dan original untuk dijual adalah karena telah dilakukan riset pasar yang menyeluruh dan pengamatan terhadap tren konsumen. Dari penelitian ini, ditemukan bahwa makanan ringan dengan cita rasa pedas dan unik semakin diminati oleh masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa dan pekerja kantor yang mencari variasi dalam camilan mereka. Makaroni pedas dan original dari "Cring!!!" menawarkan dua pilihan rasa yang khas dan berbeda, memberikan pelanggan pilihan yang lebih luas sesuai dengan preferensi rasa mereka.

Selain itu, produk ini dipilih karena memiliki potensi pasar yang besar dan masih terus berkembang. Dengan semakin banyaknya orang yang tertarik pada makanan pedas dan camilan yang unik, produk "Cring!!!" memiliki peluang untuk menarik perhatian konsumen dan memperluas pangsa pasar. Dengan fokus pada penjualan, pemasaran, dan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan, penulis yakin bahwa produk ini dapat sukses dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap tujuan akademis dan pengembangan usaha di masa depan.

### 1.2 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan yang berjudul “Penjualan,Pemasaran CRING!!! Dan Kepuasan Pelanggan” adalah

- 1) Menganalisis proses pemasaran produk - produk CRING!!!
- 2) Mengetahui persepsi pelanggan terhadap produk – produk CRING!!!





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### 1.3 Manfaat Penulisan.

Manfaat dari penulisan tugas akhir adalah :

1. Bagi Penulis:
  - 1). Meningkatkan pemahaman tentang strategi penjualan dan pemasaran dalam industri makanan, khususnya pada produk cemilan kering.
  - 2). Mengasah keterampilan dalam melakukan penelitian pasar, menganalisis data konsumen, dan merumuskan strategi bisnis yang efektif.
  - 3). Memperluas wawasan tentang pentingnya memperhatikan kepuasan pelanggan dalam menjaga keberlangsungan bisnis.
2. Bagi Masyarakat:
  - 1). Menyediakan informasi tentang tren terkini dalam konsumsi cemilan kering, sehingga membantu masyarakat untuk membuat pilihan yang lebih sehat dan sesuai dengan preferensi mereka.
  - 2). Mendorong pertumbuhan industri makanan lokal dengan memberikan pandangan yang lebih dalam tentang peluang dan tantangan dalam bisnis cemilan kering.
  - 3). Meningkatkan kesadaran akan pentingnya memilih produk cemilan kering yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan nutrisi, sehingga mendukung gaya hidup yang lebih sehat.
3. Bagi Politeknik Negeri Jakarta:
  - 1). Menunjukkan kontribusi dalam menghasilkan lulusan yang mampu menghadapi tantangan di pasar kerja, khususnya dalam industri makanan dan pemasaran.
  - 2). Membangun reputasi sebagai lembaga pendidikan yang berperan aktif dalam mendukung pengembangan industri lokal melalui penelitian dan inovasi.
  - 3). Memperkuat kerjasama dengan industri makanan dalam upaya meningkatkan kualitas produk dan pemasaran yang lebih efektif.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## 1.4 Metode Penulisan

Metode penulisan yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah :

### 1). Studi Literatur

Melakukan tinjauan terhadap literatur yang relevan tentang strategi penjualan dan pemasaran dalam industri makanan, khususnya cemilan kering. Ini mencakup penelitian sebelumnya, artikel jurnal, buku, dan sumber-sumber lain yang memberikan wawasan tentang tren, praktik terbaik, dan teori-teori yang mendasari penjualan dan pemasaran cemilan kering.

### 2). Praktik Tugas Akhir: Observasi

Melakukan observasi langsung terhadap praktik penjualan dan pemasaran cemilan kering di lapangan. Ini dapat mencakup kunjungan ke toko-toko, supermarket, atau pameran makanan untuk mengamati strategi penjualan, tata letak produk, dan interaksi dengan pelanggan secara langsung.

### 3). Pembahasan Tugas Akhir: Deskriptif

Menganalisis temuan dari studi literatur dan observasi untuk menyajikan deskripsi yang komprehensif tentang praktik penjualan dan pemasaran cemilan kering. Ini termasuk mengidentifikasi pola-pola umum, tantangan, dan peluang dalam industri ini serta memberikan interpretasi yang mendalam terhadap fenomena yang diamati.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Penjabaran secara deskriptif tentang pengorganisasian penulisan tugas akhir berjudul “Identifikasi Persepsi Konsumen “Cring!!!” Melalui Survei Kepuasan Pelanggan” meliputi:

### BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penulisan, sistematika penulisan.

### BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini meliputi penulisan penelitian terdahulu, manajemen pemasaran, strategi pemasaran, penjualan dan distribusi, promosi dan komunikasi pemasaran, perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, survei

pelanggan, strategi efektif dalam survei pelanggan, persepsi konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen.

### BAB 3: PELAKSANAAN KEGIATAN

Bab ini meliputi profil usaha, nama usaha, jenis usaha, logo usaha, gambar produk dan label, pelaksanaan usaha, perencanaan usaha, pembuatan produk.

### BAB 4: PEMBAHASAN

Bab ini meliputi proses pemasaran, lingkungan internal dan external, analisa SWOT, program loyalitas pelanggan, bauran pemasaran, STP, 7P, persepsi pelanggan terhadap produk – produk CRING!!!

### BAB 5: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penyusunan tugas akhir yang berjudul “Identifikasi Persepsi Konsumen CRING!!! Melalui Survei Kepuasan Pelanggan,” dapat disimpulkan beberapa hal mengenai proses pemasaran produk CRING!!! Proses pemasarannya sudah menggunakan kaidah-kaidah pemasaran seperti dari lingkungan internal dan eksternal lalu swot, stp dan bauran pemasaran. Akhirnya hasil dari penjualannya ada dari laporan juga keuntungannya serta persepsi dan kepuasan pelanggan terhadap produk ini. Hasil survei menunjukkan bahwa pelanggan memiliki persepsi positif terhadap produk CRING!!! Mereka mengapresiasi rasa yang unik dan lezat, tekstur yang renyah, dan harga yang terjangkau. Meskipun demikian, beberapa pelanggan menginginkan distribusi yang lebih luas dan promosi yang lebih intensif. Secara keseluruhan, pelanggan merasa puas dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh CRING!!!

### 5.2 Saran

Bagi mereka yang ingin menjual produk serupa dengan CRING!!!, penting untuk memahami pasar secara mendalam dan menentukan segmen konsumen yang jelas. Pastikan kualitas produk terjaga dengan menggunakan bahan baku berkualitas tinggi dan mengikuti proses produksi yang cermat. Tetapkan harga yang kompetitif dan pertimbangkan diskon atau penawaran khusus untuk menarik pelanggan.

Manfaatkan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk promosi dengan membagikan konten menarik dan testimoni pelanggan. Distribusi produk harus efektif, dengan penjualan di tempat strategis dan menggunakan platform e-commerce untuk pesanan pre-order. Kemasan produk harus menarik, aman, dan informatif. Lakukan inovasi produk secara terus-menerus untuk menjaga minat konsumen dan gunakan umpan balik pelanggan untuk

meningkatkan kualitas. Dengan strategi ini, Anda dapat meningkatkan peluang sukses dalam menjual produk serupa dengan CRING!!! dan membangun bisnis yang berkelanjutan.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## DAFTAR PUSTAKA

- 1). Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114.
- 2). Gagarin, L., Saufi, A., & Sudiarta, H. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Rokok Di Tobacco House Lombok. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 223-239.
- 3). Dewi, E. R., & Utami, A. D. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen produk cemilan di Kota Surakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25-36.
- 4). Yusuf, M., & Lubis, F. R. (2020). Strategi pemasaran produk makanan ringan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di era digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 89-102.
- 5). Pratama, D. A., & Sari, D. P. (2022). Analisis segmentasi pasar dan posisi produk pada penjualan makanan ringan di pasar tradisional Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(3), 178-190.
- 6). Putri, S. M., & Santoso, B. (2020). Strategi penjualan produk makanan ringan melalui kanal distribusi modern di kota Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(3), 145-158.
- 7). Wahyudi, R., & Wijaya, A. (2021). Analisis efektivitas kampanye promosi media sosial terhadap peningkatan penjualan produk cemilan di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(4), 230-243.
- 8). Fitriana, R., & Suryani, A. (2021). Pengaruh karakteristik demografis terhadap perilaku pembelian produk makanan ringan pada mahasiswa di Jakarta. *Jurnal Perilaku Konsumen*, 6(2), 67-78.
- 9). Kusumawati, D. (2019). Pengaruh Budaya dan Nilai Terhadap Perilaku Konsumen: Studi Kasus pada Konsumen Produk Makanan di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 45-56.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

- 10). Wiranata, B. G., & Santoso, A. (2019). Analisis kepuasan pelanggan terhadap produk cemilan dengan menggunakan metode kuesioner online di kota Bandung. *Jurnal Survei Pelanggan*, 4(1), 45-56
- 11). Haryanto, B. (2020). Strategi Efektif dalam Survei Pelanggan: Panduan Praktis untuk Perusahaan di Era Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 78-89.
- 12). Handayani, N. & Pratama, B. (2020). "Analisis Persepsi Konsumen terhadap Harga Produk Kosmetik." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 15(2), 78-89.
- 13). Setiawan, A. (2019). "Pengaruh Brand Image Terhadap Persepsi Konsumen: Studi Kasus pada Produk Konsumsi." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 45-56.



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## LAMPIRAN

### 1. Lampiran Foto Produk



Lampiran 1 Foto Produk

### 2. Lampiran Foto Produk Berlabel



Lampiran 2 Foto Produk Berlabel







## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### 5. Foto kegiatan penjualan



Lampiran 5 Foto kegiatan penjualan

### 6. Kuesioner kepuasan Pelanggan

Kuesioner Kepuasan Pelanggan CRING!!! ☆ All changes saved in Drive

Tekan **F11** untuk keluar dari mode layar penuh

**KRIUKNYA MENGGODA! CRING!!!**  
Kuesioner Makaroni Pedas dan Original

Section 1 of 6

#### Kuesioner Kepuasan Pelanggan CRING!!! Tentang Produk Makaroni Pedas dan Original

Kepada Respondenyang Terhormat,

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabberakatu.

Halo, perkenalkan nama saya M. Fachri, mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta dari Jurusan Akuntansi dan Program Studi Manajemen Pemasaran Warga Negara Berkebutuhan Khusus. Saat ini, saya sedang melakukan riset kepuasan pelanggan untuk Tugas Akhir saya yang berjudul "IDENTIFIKASI PERSEPSI KONSUMEN "CRING!!" MELALUI SURVEI KEPUASAN PELANGGAN"

Mohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini. Partisipasi Anda sangat membantu saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir. Data yang Anda berikan akan digunakan hanya untuk keperluan riset dan kerahasiaan identitas Anda akan terjaga dengan baik.

**Petunjuk Pengisian:**

- Harap mengisi kuesioner ini dengan jujur dan sebaik-baiknya.
- Pilih jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda.
- Jika ada pertanyaan terbuka, tuliskan jawaban Anda secara jelas dan singkat.

Terima kasih atas kesediaannya Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini <3

Tertanda M Fachri

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kuesioner Kepuasan Pelanggan CRING!!! ☆ All changes saved in Drive

Questions Responses 105 Settings

Section 2 of 6

IDENTITAS RESPONDEN

Description (optional)

Usia \*

< 18 tahun

18-25 tahun

26-35 tahun

36-45 tahun

> 45 tahun

Jenis Kelamin \*

1. Laki-Laki

2. Perempuan

Section 3 of 6

Kuesioner makaroni pedas dan original

Description (optional)

Apakah anda pernah membeli CRING!!! (makaroni pedas dan original) \*

Pernah

Tidak pernah

After section 3 Continue to next section

Section 4 of 6

BAGI YANG PERNAH MEMBELI CRING!!!

Description (optional)

kenapa membeli CRING!!!? \*

Rasa enak



# Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

## Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kuesioner Kepuasan Pelanggan CRING!!!

Questions Responses 105 Settings

Section 5 of 6

Untitled Section

Description (optional)

Seberapa puas Anda dengan kemasan produk CRING!!!? \*

1 2 3 4 5

Sangat tidak puas      Sangat puas

Seberapa puas Anda dengan kualitas rasa produk CRING!!!? \*

1 2 3 4 5

Sangat tidak puas      Sangat puas

Beri nilai kualitas produk CRING!!! \*

## Lampiran 6 Kuesioner kepuasan Pelanggan

### 7. Hasil (data) kuesioner responden

Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Status	Pekerjaan	Domisili	Berapa uang saku perhari	Apakah anda pernah membeli CRING!!! (maksudnya pedas dan manis)	Rasa enak, Harga murah, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Produk rasa apa yang pernah kamu beli dari CRING!!!?	Apakah rasa favorit Anda dari produk CRING!!!?	Seberapa sering Anda membeli produk CRING!!!?	Seberapa puas Anda dengan kemasan produk CRING!!!?	Seberapa puas Anda dengan kualitas rasa produk CRING!!!?	Berapa nilai kualitas produk CRING!!!?	Bagaimana penilaian Anda terhadap harga produk CRING!!!?	Pemilihan perjual CRING!!!? Rasanya enak?
18-25 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	Mahasiswa	Cibubur	Rp 100.000 - Rp 250.000	Pemah	Rasa enak, Harga murah, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Original	Jarang	4	4	7	4	4
18-25 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	-	Jl. Pengadegan Si Di atas	Rp 250.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Setiap hari	4	4	9	5	4
18-25 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	Mahasiswa	Taman Sari Persada	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Original	Original	Seminggu sekali	5	4	10	3	5
< 18 tahun	Perempuan	SD Atau SMP	Belum Menikah	Masi simp wak	Apa ni?	Di bawah Rp 50.000	Tidak pernah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Seminggu sekali	5	5	10	3	5
25-35 tahun	Perempuan	Sarjana	Belum Menikah	THL TBPP	Riau	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Seminggu sekali	5	5	5	5	5
18-25 tahun	Perempuan	D3	Belum Menikah	-	Bogor	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Setiap hari	5	5	10	1	5
25-35 tahun	Perempuan	Sarjana	Menikah	Pertiyuluh pertanian	Depok	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Setiap hari	5	5	5	1	5
25-35 tahun	Perempuan	Sarjana	Menikah	iri	jakarta	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Seminggu sekali	5	5	10	5	5
35-45 tahun	Laki-laki	Sarjana	Menikah	siswata	jakarta	Rp 100.000 - Rp 250.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Seminggu sekali	4	4	8	4	3
25-35 tahun	Perempuan	Sarjana	Menikah	Pertiyuluh Pertanian	Depok	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Sebulan sekali	4	4	8	4	3
25-35 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	-	Tangerang Selatan	Rp 50.000 - Rp 100.000	Tidak pernah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Seminggu sekali	2	2	2	1	5
25-35 tahun	Perempuan	Sarjana	Menikah	Pertiyuluh	Riau	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Setiap hari	5	5	10	2	5
25-35 tahun	Perempuan	Sarjana	Menikah	Karyawan	Depok	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Setiap hari	5	5	9	1	5
18-25 tahun	Perempuan	Sarjana	Belum Menikah	Wiraswasta	Depok	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Jarang	5	5	8	3	5
18-45 tahun	Laki-laki	D3	Menikah	Karyawan swasta	Jambi	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Setiap hari	4	4	7	3	3
18-25 tahun	Perempuan	Pascasarjana	Belum Menikah	Guru	Depok	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Seminggu sekali	4	4	9	3	4
35-45 tahun	Perempuan	Sarjana	Menikah	Guru PKK	Muaru Bulan Jambi	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Seminggu sekali	4	4	9	3	4
25-35 tahun	Perempuan	SMA	Menikah	Ibu rumah tangga	SMA	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Seminggu sekali	4	4	9	3	4
25-18 tahun	Perempuan	SMA	Belum Menikah	Belum, masih sekolah	Temblahan	Rp 50.000 - Rp 100.000	Tidak pernah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Seminggu sekali	4	4	9	3	4





## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Status	Pekerjaan	Domisili	Berapa uang saku perhari	Apakah anda pernah membeli CRINGII? (maksudnya pedas dan)	kenapa membeli CRINGII?*	Produk rasa apa yang pernah kamu beli dari CRINGII?*	Apa rasa favorit Anda dari produk CRINGII?*	Seberapa sering Anda membeli produk CRINGII?*	Seberapa puas Anda dengan kemasan produk CRINGII?*	Seberapa puas Anda dengan kualitas rasa produk CRINGII?*	Beri nilai kualitas produk CRINGII?*	Bagaimana penilaian Anda terhadap harga produk CRINGII?*	Pemilihan preferensi CRINGII? Rasi dan bentuk?*	
56	18-25 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	Mahasiswa	Depok	Rp 50.000 - Rp 100.000	Tidak pernah									
57	> 45 tahun	Laki-laki	Pascasarjana	Belum Menikah	Dosen	Jakarta	Di atas Rp 250.000	Pemah	Harga murah	Original	Original	Jarang	4	4	7	4	4
58	18-25 tahun	Laki-laki	Belum Menikah	Mahasiswa	Jakarta	Di atas Rp 250.000	Pemah										
59	18-25 tahun	Perempuan	Sarjana	Belum Menikah	Tangerang	Rp 50.000 - Rp 100.000	Tidak pernah										
60	18-25 tahun	Perempuan	SMA	Belum Menikah	kerja cafe	kabupaten bandung	Di bawah Rp 50.000	Tidak pernah									
61	25-35 tahun	Perempuan	D3	Belum Menikah	Pejabat	Jakarta	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Setiap hari	4	4	8	4	5
62	18-25 tahun	Perempuan	D3	Belum Menikah	Karyawan	Bej Depok	Di bawah Rp 50.000	Pemah		Original	Original	Jarang	5	5	8	2	5
63	18-25 tahun	Perempuan	SMA	Belum Menikah	Wirawasta	Tembilahan Riau	Di bawah Rp 50.000	Tidak pernah									
64	> 45 tahun	Laki-laki	Sarjana	Belum Menikah	Shadlow teacher	Jakarta Selatan	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak	Original	Original	Sebulan sekali	4	3	9	4	5
65	> 45 tahun	Perempuan	Pascasarjana	Menikah	ngajar	Depok	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak	Pedas	Pedas	Sebulan sekali	4	4	8	4	4
66	18-25 tahun	Laki-laki	SMA	Belum Menikah	Teknisi	Riau	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak	Pedas dan Original	Original	Jarang	4	5	8	1	5
67	18-25 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	-	Depok	Di bawah Rp 50.000	Tidak pernah									
68	18-25 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	Belum kerja	Tangerang	Rp 100.000 - Rp 250.000	Pemah	Kemasan menarik	Pedas	Pedas	Jarang	4	3	9	4	4
69	18-25 tahun	Laki-laki	SMA	Belum Menikah	PT sumber masanda	Sarang rasa enak	Di bawah Rp 50.000	Tidak pernah									
70	18-25 tahun	Perempuan	Sarjana	Belum Menikah	Mahasiswa	Bukittinggi	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak	Pedas	Pedas	Jarang	4	4	5	3	4
71	18-25 tahun	Perempuan	Sarjana	Belum Menikah	Tidak	Kampar	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Jarang	1	2	10	1	5
72	35-45 tahun	Perempuan	SMA	Menikah	Ibu rumah tangga	tangerang	Rp 100.000 - Rp 250.000	Pemah	Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Jarang	4	3	6	3	4
73	> 45 tahun	Perempuan	SMA	Menikah	IRT	Petum Green Pital	Rp 50.000 - Rp 100.000	Tidak pernah									
74	18-25 tahun	Laki-laki	SMA	Belum Menikah	Warung	Tidak	Rp 50.000 - Rp 100.000	Tidak pernah									
75	> 45 tahun	Perempuan	SMA	Menikah	Ibu rumah tangga	Bekasi	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak	Pedas	Pedas	Seminggu sekali	5	5	9	2	5

Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Status	Pekerjaan	Domisili	Berapa uang saku perhari	Apakah anda pernah membeli CRINGII? (maksudnya pedas dan)	kenapa membeli CRINGII?*	Produk rasa apa yang pernah kamu beli dari CRINGII?*	Apa rasa favorit Anda dari produk CRINGII?*	Seberapa sering Anda membeli produk CRINGII?*	Seberapa puas Anda dengan kemasan produk CRINGII?*	Seberapa puas Anda dengan kualitas rasa produk CRINGII?*	Beri nilai kualitas produk CRINGII?*	Bagaimana penilaian Anda terhadap harga produk CRINGII?*	Pemilihan preferensi CRINGII? Rasi dan bentuk?*	
74	> 45 tahun	Perempuan	SMA	Menikah	Ibu rumah tangga	Bekasi	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak	Pedas	Pedas	Seminggu sekali	5	5	9	2	5
75	18-25 tahun	Laki-laki	SMA	Belum Menikah	Mahasiswa	Tangerang	Rp 100.000 - Rp 250.000	Pemah	Kemasan menarik	Original	Original	Jarang	3	3	6	3	4
76	25-35 tahun	Laki-laki	SMA	Belum Menikah	Servis motor mobil di PPTW-999 Bengkre	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak	Pedas	Pedas	Seminggu sekali	2	1	2	2	2	
77	25-35 tahun	Perempuan	SMA	Menikah	Alfamart & IRT	Kota Bandung	Di atas Rp 250.000	Pemah	Rasa enak, Kemasan menarik, Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Seminggu sekali	5	5	10	3	5
78	25-35 tahun	Perempuan	SMA	Belum Menikah	McDonald's	Jakarta selatan	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Rasa enak	Original	Original	Jarang	5	5	10	2	5
79	> 45 tahun	Perempuan	Sarjana	Menikah	Proa	Jakarta timur	Di bawah Rp 50.000	Tidak pernah									
80	18-25 tahun	Perempuan	Sarjana	Belum Menikah	Mahasiswa	Yogyakarta	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Sebulan sekali	4	5	9	2	5
81	18-25 tahun	Laki-laki	SMA	Menikah	Alfamidi	Bekasi	Rp 50.000 - Rp 100.000	Tidak pernah									
82	25-35 tahun	Laki-laki	SMA	Belum Menikah	Os	Bandung	Di bawah Rp 50.000	Tidak pernah									
83	18-25 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	Belum	Jakarta	Di atas Rp 250.000	Tidak pernah									
84	18-25 tahun	Perempuan	SMA	Belum Menikah	Alfamidi	Bekasi	Di atas Rp 250.000	Tidak pernah									
85	25-35 tahun	Perempuan	SMA	Belum Menikah	Masakan Padang	Tembilahan Riau	Di bawah Rp 50.000	Tidak pernah									
86	25-35 tahun	Laki-laki	SMA	Menikah	Karyawan	Palabuhan	Di bawah Rp 50.000	Tidak pernah									
87	18-25 tahun	Laki-laki	SMA	Belum Menikah	Karyawan swasta	Tangerang	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Harga murah	Pedas dan Original	Pedas	Jarang	5	5	10	1	5
88	18-25 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	-	Depok	Di atas Rp 250.000	Pemah	Rasa enak	Pedas	Pedas	Seminggu sekali	5	5	10	5	5
89	25-35 tahun	Laki-laki	SMA	Menikah	Karyawan	Bk Skyline	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Sebulan sekali	5	5	8	1	5
90	25-35 tahun	Laki-laki	SMA	Belum Menikah	Karyawan swasta	Surabaya	Rp 50.000 - Rp 100.000	Tidak pernah									
91	25-35 tahun	Laki-laki	SMA	Belum Menikah	Masih nganggur	Bandung	Rp 50.000 - Rp 100.000	Tidak pernah									
92	18-25 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	Belum kerja	Jakarta timur	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Rasa enak	Original	Original	Sebulan sekali	4	4	9	2	4



## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

K109	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Status	Pekerjaan	Domisili	Beberapa uang per hari	Apakah anda pernah membeli CRING!!! (maksudnya pedas dan ...)	Apakah anda merasa CRING!!!?	Produk rasa apa yang pernah kamu beli dari CRING!!!?	Apakah rasa favorit Anda dari produk CRING!!!?	Seberapa sering Anda membeli produk CRING!!!?	Seberapa puas Anda dengan kemasan produk CRING!!!?	Seberapa puas Anda dengan kualitas rasa produk CRING!!!?	Berapa nilai kualitas produk CRING!!!?	Bagaimana penilaian Anda terhadap harga produk CRING!!!?	Pernikahan
92	18-25 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	Belum kerja	Jakarta timur	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Rasa enak	Original	Original	Sebulan sekali	4	4	9	2	4
93	25-35 tahun	Perempuan	SMA	Belum Menikah	Karyawan barista	Jakarta	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak, Harga murah	Original	Original	Jarang	5	5	10	2	5
94	25-35 tahun	Perempuan	Sajana	Menikah	KARYAWAN	DEPOK	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak	Pedas dan Original	Original	Seminggu sekali	5	5	9	1	5
95	18-25 tahun	Laki-laki	SMA	Belum Menikah	Burger king ball	Bali	Rp 50.000 - Rp 100.000	Tidak pernah	Rasa enak	Pedas dan Original	Original	Seminggu sekali	5	5	10	1	5
96	18-25 tahun	Perempuan	SMA	Belum Menikah	Guru	Jakarta timur	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak	Pedas dan Original	Original	Seminggu sekali	5	5	10	1	5
97	18-25 tahun	Perempuan	SMA	Belum Menikah	Usaha Jualan	Ga punya	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Rasa enak	Pedas	Pedas	Jarang	2	2	8	2	5
98	25-35 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	Karyawan Swasta	Bekasi	Rp 50.000 - Rp 100.000	Tidak pernah	Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Jarang	3	5	5	3	5
99	25-35 tahun	Perempuan	SMA	Belum Menikah	Belum	Duri- Riau	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak, Kemasannya menarik	Original	Original	Seminggu sekali	4	3	8	3	4
100	< 18 tahun	Perempuan	SD Atau SMP	Belum Menikah	pelajar	-	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Jarang	5	5	10	5	5
101	35-45 tahun	Laki-laki	Sajana	Belum Menikah	Pekerjaan Rumah	Kaos dan Hoodie K	Di bawah Rp 50.000	Pemah	Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Sebulan sekali	5	1	3	1	5
102	18-25 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	Jakarta	Jakarta	Rp 50.000 - Rp 100.000	Tidak pernah	Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Seminggu sekali	1	1	1	3	2
103	25-35 tahun	Laki-laki	SMA	Menikah	Karyawan Swasta	Jakarta timur	Rp 50.000 - Rp 100.000	Pemah	Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Seminggu sekali	5	5	10	5	5
104	25-35 tahun	Laki-laki	D3	Belum Menikah	Hejler alfamart	Di Kota Sukabumi	Rp 100.000 - Rp 250.000	Pemah	Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Setiap hari	5	5	10	5	5
105	< 18 tahun	Perempuan	SMA	Belum Menikah	pelajar	Surabaya	Rp 50.000 - Rp 100.000	Tidak pernah	Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Setiap hari	5	5	10	5	5
106	18-25 tahun	Perempuan	SMA	Belum Menikah	Belum bekerja	Banjarasin	Di bawah Rp 50.000	Tidak pernah	Rasa enak	Pedas dan Original	Pedas	Setiap hari	5	5	10	5	5
107																	
108																	
109																	
145																	
147																	
148																	
149																	
150																	
151																	
152																	
153																	
154																	
155																	
156																	
157																	
158																	
159																	
160																	
161																	
162																	
163																	
164																	
165																	
166																	
167																	
168																	
169																	
170																	
171																	
172																	
173																	
174																	
175																	
176																	
177																	
178																	
179																	
180																	
181																	
182																	
183																	
184																	
185																	
186																	
187																	
188																	
189																	
190																	
191																	
192																	
193																	
194																	
195																	
196																	
197																	
198																	
199																	
200																	

Lampiran 7 Hasil (data) kuesioner responden

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA