



© 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



### STRATEGI PEMASARAN, PENJUALAN, DAN KEPUASAN KONSUMEN SUSU JELLY SWEET DREAMY

Disusun oleh:

**Muhammad Dhiarafi Dany**

NIM : 2108311010

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

PROGRAM STUDI D-3 MANAJEMEN PEMASARAN  
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## LAPORAN TUGAS AKHIR



### STRATEGI PEMASARAN, PENJUALAN, DAN KEPUASAN KONSUMEN SUSU JELLY SWEET DREAMY

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar A.Md

Disusun Oleh :  
**Muhammad Dhiarafi Dany**

NIM : 2108311010

PROGRAM STUDI D-3 MANAJEMEN PEMASARAN  
JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
AGUSTUS 2024



**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

**LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

Nama : Muhammad Dhiarafi Dany

NIM : 2108311010

Tanda tangan :



Tanggal : 6 Agustus 2024

**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



**LEMBAR PENGESAHAN**

Laporan Tugas Akhir ini di ajukan oleh :

Nama : Muhammad Dhiarafi Dany  
NIM : 2108311010  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi Pemasaran, Penjualan, dan Kepuasan  
Konsumen Susu Jelly Sweet Dreamy

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Pemasaran Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

**DEWAN PENGUJI**

Ketua Penguji : Innas Rovino Katuruni, S.Hut., M.M (  )  
Anggota Penguji : Sri Isti Untari, S.E., Msi (  )

**DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI**

Ditetapkan di: Depok

Tanggal: 6 Agustus 2024

Ketua Jurusan Akuntansi



**Dr. Sabar Warsani, S.E., M.M.**  
NIP. 196404151990032002



**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

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Nama Penyusun : Muhammad Dhiarafi Dany  
Nomor Induk Mahasiswa : 2108311010  
Jurusan/Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi Pemasaran, Penjualan, dan Kepuasan  
Konsumen Susu Jelly Sweet Dreamy

Disetujui Oleh:

Pembimbing

**Rahma Nur Praptiwi S.Si., M.M.**

NIP. 198801132018032001

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Kepala Program Studi

**Innas Rovino Katuruni S.Hut., M.M.**

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Dhiarafi Dany  
NIM : 2108311010  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Jurusan : Akuntansi  
Jenis Karya : Tugas Akhir

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: Strategi Pemasaran, Penjualan, dan Kepuasan Konsumen Susu Jelly *Sweet Dreamy*. Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, 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 : 5 Agustus 2024

Yang menyatakan

**Muhammad Dhiarafi Dany**  
NIM : 2108311010



**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 kami panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah dan limpahan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran, Penjualan dan Kepuasan Konsumen Susu Jelly Sweet Dreamy”** sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan pendidikan. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan laporan ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT, sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendorong terwujudnya tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada Ibu Rahma Nur Praptiwi S.Si., M.M. selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, memberikan masukan dan saran perbaikan untuk penyempurnaan penulisan tugas akhir ini.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Syamsurizal SE., M.M. Selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Iwan Susanto MT., PhD. Selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. Sabar Warnini SE., M.M. Selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
4. Bapak Innas Ravino Katuruni S.Hut., M.M. Selaku Kepala Program Studi D-3 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Jakarta.
5. Seluruh Dosen D-3 Manajemen Pemasaran Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini dan seluruh staf administrasi yang telah membantu proses pembelajaran sampai selesai
6. Kedua orangtua penulis, Ayahanda Mulyadi Rachim SKM., M.Kes dan Ibunda Wahyu Dian Murwheni SSi., M.M. yang selalu memberikan doa, kasih sayang



## © 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

dan cinta, nasehat, serta kesabaran yang besar dalam mendampingi dan membimbing setiap langkah dalam kehidupan penulis. Juga kepada kakanda Erika Firstiana ST. dan Apt. Muhammad Ivan Diandy S.Pharm., M.Pharm, serta kakak ipar Yoce Purwanegara S.Kom yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa kepada penulis.

7. Teman-teman Angkatan 2021 khususnya teman teman 6D (Mirza, Hanif, Fadhil, Nurul, Raniyah) yang selalu saling memberikan semangat untuk bersama-sama bisa menyelesaikan kuliah dan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk perbaikan dan penyempurnaan tugas akhir ini. Demikian tugas akhir ini penulis susun, semoga dapat bermanfaat bagi kita semua.

Depok, 6 Agustus 2024

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Penulis





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 ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Tujuan Penulisan .....	2
1.3. Manfaat Penulisan .....	2
1.4. Metode Penulisan .....	3
1.5. Sistematika Penulisan.....	3
<b>BAB II .....</b>	<b>5</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1. Susu Jelly.....	5
2.2. Penjualan .....	5
2.3. Bauran Pemasaran .....	6
2.3.1. Produk ( <i>Product</i> ) .....	7
2.3.2. Harga ( <i>Price</i> ) .....	8
2.3.3. Tempat ( <i>Place</i> ) .....	8
2.3.4. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	9
2.3.5. Orang ( <i>People</i> ).....	9
2.3.6. Proses ( <i>Process</i> ).....	9
2.3.7. Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ) .....	10
2.4. Segmentation, Targeting, And Positioning (STP).....	10
2.5. Kepuasan Pelanggan.....	11
<b>BAB III.....</b>	<b>13</b>
<b>PROFIL DAN PELAKSANAAN USAHA .....</b>	<b>13</b>
3.1. Profil Usaha .....	13
3.1.1. Jenis Usaha .....	13
3.1.2. Nama usaha.....	13



## © 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

3.1.3. Logo .....	13
3.1.4. Gambar Produk dan Label .....	13
3.1.5. Deskripsi Produk.....	14
3.2. Pelaksanaan Usaha .....	14
A. Analisis SWOT .....	14
B. Program Loyalitas Pelanggan .....	15
C. Sumber Daya Usaha .....	16
D. Perhitungan Modal.....	17
E. Perhitungan Harga Pokok Penjualan dan Keuntungan.....	18
F. Bauran Pemasaran .....	19
G. Analisis STP.....	21
H. Perencanaan Survey .....	23
<b>BAB IV .....</b>	<b>24</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>24</b>
4.1. Laporan Penjualan .....	24
4.2. Analisis Laporan Penjualan.....	26
4.3. Evaluasi Pemasaran .....	27
4.4. Identitas Responden .....	28
4.5. Kepuasan Pelanggan.....	31
<b>BAB V.....</b>	<b>34</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>34</b>
5.1. Kesimpulan.....	34
5.2. Saran .....	35
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>36</b>



**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 GAMBAR**

Gambar 3.1.	Logo Sweet Dreamy.....	13
Gambar 3.2.	Foto Produk Sweet Dreamy .....	13
Gambar 3.3.	<i>Flyer</i> Susu Jelly Sweet Dreamy .....	15
Gambar 3.4.	Diagram Alur Proses Pembuatan Susu Jelly.....	20
Gambar 3.5.	Bukti Fisik Toko Sweet Dreamy.....	21
Gambar 4.1.	Rekapan Penjualan Per Bulan .....	26
Gambar 4.2.	Bukti Promosi di IG dan WA .....	28





**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.	Analisis SWOT .....	14
Tabel 3.2.	Perhitungan Model Peralatan .....	17
Tabel 3.3.	Perhitungan Biaya Tetap (Fixed Cost) dalam 1 bulan .....	17
Tabel 3.4.	Perhitungan Model Bahan Habis Pakai .....	18
Tabel 3.5.	Peralatan dan Bahan yang Digunakan .....	18
Tabel 4.1.	Laporan Penjualan Produk Susu Jelly Sweet Dreamy .....	23
Tabel 4.2.	Jenis Kelamin Responden .....	29
Tabel 4.3.	Domisili Responden .....	29
Tabel 4.4.	Uang Saku/Pendapatan per Hari .....	30
Tabel 4.5.	Varian Rasa Favorit Responden .....	30
Tabel 4.6.	Saran Dari Pelanggan Untuk Produk Susu Jelly .....	31
Tabel 4.7.	Kepuasan Pelanggan Susu Jelly Sweet Dreamy .....	32
Tabel 4.8.	Faktor Pembobot Harapan Pelanggan Susu Jelly Sweet Dreamy .....	33
Tabel 4.9.	Indeks Kepuasan Pelanggan Susu Jelly Sweet Dreamy .....	34



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

DAFTAR LAMPIRAN

ssssa		
Lampiran 1	Pertanyaan <i>Google Form</i> .....	40
Lampiran 2	Nota Penjualan .....	42
Lampiran 3	Testimoni Pelanggan .....	43
Lampiran 4	Jawaban Responden .....	44





**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

## ABSTRAK

Muhammad Dhiarafi Dany, D-3 Manajemen Pemasaran : Strategi Pemasaran, Penjualan, dan Kepuasan Pelanggan Susu Jelly Sweet Dreamy

Produk susu jelly Sweet Dreamy dikemas dengan botol ukuran 250ml. Rasa yang tersedia antara lain : coklat, strawberry, melon, mangga, taro, green tea, alpukat, thai tea, cappucino, bubble gum. Harganya Rp 8.000,00. Program promosi sampai bulan Agustus 2024 jika membeli 2 produk seharga Rp 15.000,00. Tujuan penulisan tugas akhir adalah untuk mengetahui evaluasi strategi pemasaran produk susu jelly, tingkat penjualan produk susu jelly dan indeks kepuasan konsumen. Pengambilan data pada tugas akhir ini dari 26 September 2023 - 8 Juli 2024. Kuesioner kepuasan pelanggan dibuat menggunakan Google Form. dan disebarakan pada bulan Juni-Juli 2024. Jumlah responden yang terkumpul sebanyak 46 orang. Data diolah menggunakan Microsoft Excel. Jumlah produk susu jelly Sweet Dreamy yang terjual sebanyak 871 buah. Total keuntungan yang didapatkan selama periode penjualan sebesar Rp 2.504.125,-. Penjualan produk susu jelly tertinggi adalah di bulan Januari 2024 sebesar 212 dan data terendah berada pada bulan Februari sebesar 16 buah. Indeks kepuasan susu jelly Sweet Dreamy adalah 89,25% sukses dalam memuaskan para pelanggannya yang berarti produk dapat diterima oleh para pelanggan. Komponen yang diteliti antara lain: rasa, jumlah varian, harga, kemasan produk, porsi sajian, tingkat kekentalan, penampilan penjual, dan kemudahan pembayaran. Berdasarkan hasil survei dari 8 komponen tersebut responden tidak puas terhadap komponen rasa. Hal ini diduga responden memiliki selera yang berbeda dari segi tingkat kemanisan susu jelly. Untuk komponen jumlah varian, harga, kemasan, kekentalan, penampilan penjual, dan kemudahan pembayaran responden merasa puas.

Kata Kunci: Susu Jelly, Kepuasan Pelanggan, Bauran Pemasaran, STP



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

**ABSTRACT**

*Muhammad Dhiarafi Dany, D-3 Marketing Management: Marketing Strategy, Sales and Customer Satisfaction of Sweet Dreamy Jelly Milk*

*Sweet Dreamy jelly milk products are packaged in 250ml bottles. Flavors that are available include: chocolate, strawberry, melon, mango, taro, green tea, avocado, Thai tea, cappuccino, bubble gum. The price is IDR 8,000.00. Promotion program until August 2024 if you buy 2 products for IDR 15,000.00. The purpose of writing this final assignment is to determine the evaluation of the marketing strategy for jelly milk products, the sales level of jelly milk products and the consumer satisfaction index. Data collection for this final assignment is from 26 September 2023 - 8 July 2024. The customer satisfaction questionnaire was created using Google Form. and distributed in June-July 2024. The number of respondents collected were 46 people. Data was processed using Microsoft Excel. The number of Sweet Dreamy jelly milk products sold were 871 units. The total profit obtained during the sales period were IDR 2,504,125.-. The highest sales of jelly milk products were in January 2024 at 212 and the lowest data was in February at 16. The satisfaction index for Sweet Dreamy jelly milk is 89.25% successful in satisfying its customers, which means the product can be accepted by customers. The components studied include: taste, number of variants, price, product packaging, serving portion, thickness level, seller's appearance, and ease of payment. Based on the survey results of the 8 components, respondents were not satisfied with the taste components. It is suspected that respondents have different tastes in terms of the level of sweetness of milk jelly. For the components number of variants, price, packaging, viscosity, appearance of the seller, and ease of payment, respondents were satisfied.*

*Keywords: Jelly Milk, Customer Satisfaction, Marketing Mix,*

**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

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Manusia membutuhkan makanan untuk memenuhi kebutuhan gizi dan menunjang aktivitas manusia sehari-hari. Pada zaman dahulu makanan digunakan untuk memenuhi rasa lapar. Seiring perkembangan zaman makanan dan minuman tidak hanya digunakan untuk memenuhi rasa lapar, tetapi juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan gizi dan gaya hidup.

Perkembangan *trend* kuliner terus berubah. Contohnya minuman susu dengan tambahan jelly telah menjadi favorit banyak kalangan, terutama generasi muda. Susu jelly adalah salah satu varian minuman yang tengah naik daun dan mendapatkan respon positif dari konsumen. Minuman ini menggabungkan kesegaran susu dengan kenikmatan tekstur jelly yang kenyal.

Dengan melihat potensi pasar yang cukup besar dan permintaan yang terus meningkat untuk minuman kekinian, maka peluang bisnis dalam bidang ini sangat menjanjikan. Pasar kini membutuhkan inovasi dan variasi baru yang dapat memberikan pengalaman rasa yang berbeda dan menarik. Selain itu, faktor-faktor seperti gaya hidup yang semakin dinamis, keinginan konsumen untuk mencari sensasi baru, serta kebutuhan untuk mendapatkan produk yang *instagrammable*, semakin memperkuat alasan mengapa usaha ini memiliki prospek yang cerah di masa mendatang.

Mempertimbangkan kondisi pasar dan tren konsumen saat ini, pendirian usaha minuman kekinian susu jelly dianggap sebagai langkah yang tepat dan strategis untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memanfaatkan peluang bisnis yang ada. Untuk itu usaha yang akan kami lakukan adalah usaha minuman berupa susu jelly dengan berbagai varian rasa untuk memenuhi keinginan khususnya generasi Z. Generasi Z adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun 1997-2012. Generasi Z adalah generasi yang masih muda dan tidak pernah mengenal kehidupan tanpa teknologi.

Selain itu faktor penting dalam mengembangkan usaha ini adalah





## © 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

pemasaran. Pemasaran merupakan kegiatan berupa proses dalam menciptakan, mengomunikasikan, dan mempertukarkan permintaan dari masyarakat. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia, contohnya seorang manusia membutuhkan air dalam memenuhi kebutuhan dahaganya, jika ada segelas air maka pemenuhan dahaganya akan terpenuhi namun manusia tidak hanya ingin memenuhi kebutuhannya tetapi juga ingin memenuhi keinginannya. Proses dalam pemenuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi dunia usaha karena potensi untuk menjual sangat terbatas pada jumlah orang yang mengetahui produk tersebut sehingga dalam menjalankan usaha kecil diperlukan strategi pemasaran. Pemasaran dapat dilakukan melalui pemasaran langsung dan media sosial. Media sosial yang digunakan melalui status Whatsapp dan instagram bisnis. Untuk meningkatkan kualitas produksi dilakukan evaluasi kepuasan pelanggan melalui *google form*. Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka penulis akan tertarik untuk menulis tugas akhir kuliah dengan judul “Strategi Pemasaran, Penjualan, & Kepuasan Pelanggan Susu Jelly Sweet Dreamy”.

### 1.2. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan laporan tugas akhir adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui evaluasi strategi pemasaran produk susu jelly
2. Mengetahui tingkat penjualan produk susu jelly
3. Mengetahui indeks kepuasan konsumen dan masukan terhadap produk minuman susu Jelly Sweet Dreamy

### 1.3. Manfaat Penulisan

Manfaat yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penulis :
  1. Dapat menambah wawasan dalam proses penjualan dan pemasaran minuman susu jelly



## © 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

2. Sebagai media pembelajaran terbuka untuk menerima saran dan kritikan dari masyarakat.
3. Sebagai media atau alat untuk menyalurkan ide atau gagasan dimiliki penulis.
4. Dapat memberikan referensi berupa pengalaman dan pengetahuan kepada masyarakat luas.

#### b. Bagi masyarakat:

1. Sebagai media untuk mendapatkan referensi kegiatan, ide atau gagasan, dan motivasi khususnya di kalangan generasi muda.
2. Dapat menjadi acuan bagi masyarakat untuk memiliki hidup yang produktif dalam berwirausaha.
3. Sebagai acuan bagi masyarakat dalam mengembangkan jiwa wirausaha.

#### c. Bagi Politeknik Negeri Jakarta

1. Sebagai referensi mahasiswa yang akan membuat tugas akhir
2. Sebagai bentuk karya ilmiah di perpustakaan Politeknik Negeri Jakarta dan di Program Studi Manajemen Pemasaran

### 1.4. Metode Penulisan

Metode penulisan yang digunakan oleh penulis yaitu dengan metode deskriptif yakni menggambarkan secara detail tentang satu fenomena atau suatu peristiwa atau langkah kerja.

### 1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan laporan tugas akhir ini disusun secara sistematis. Untuk memudahkan dalam memahami isi dalam laporan tugas akhir ini, berikut sistematika penulisan dibuat sebagai gambaran singkat laporan tugas akhir yang terdiri atas lima bagian:



## © 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 mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1. **BAB I PENDAHULUAN :**  
Bab pendahuluan berisi informasi tentang latar belakang penulisan laporan tugas akhir yang memaparkan dasar atau alasan tentang pemilihan bidang kajian laporan tugas akhir, tujuan penulisan yang ingin dicapai, manfaat penulisan. metode penulisan, serta sistematika penulisan yang memberikan gambaran singkat setiap isi bab yang menjadi bagian dari laporan tugas akhir.
2. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA :**  
Tinjauan pustaka berisi teori rujukan yang berhubungan dengan bidang kajian.
3. **BAB III PROFIL DAN PELAKSANAAN USAHA :**  
Bab ini berisi profil usaha dan pelaksanaan usaha.
4. **BAB IV PEMBAHASAN :**  
Bab Pembahasan terdiri dari pembahasan yang sesuai dengan tujuan penulisan tugas akhir.
5. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN :**  
Bab Kesimpulan dan saran terdiri dari kesimpulan bahasan dan saran tugas akhir.

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

## BAB V PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan pada Tugas Akhir ini adalah

1. Evaluasi pemasaran berdasarkan bauran pemasaran 4P yaitu :

**Produk :** Berdasarkan hasil survei kepuasan pelanggan susu jelly Sweet Dreamy mampu memuaskan 89,25%. Dapat disimpulkan bahwa produk diterima oleh para pelanggan. Komponen yang diteliti antara lain : rasa, jumlah varian, harga, kemasan produk, porsi sajian, tingkat kekentalan, penampilan penjual, dan kemudahan pembayaran.

**Harga :** Berdasarkan hasil survei kepuasan pelanggan, responden merasa puas terhadap komponen harga sehingga dapat disimpulkan bahwa harga yang ditetapkan telah sesuai dengan target pasar susu jelly Sweet Dreamy. Target pasar susu jelly adalah civitas akademika Politeknik Negeri Jakarta dan warga sekitar Pondok Pukatani Permai Depok

**Tempat :** Tempat berjualan produk Susu Jelly Sweet Dreamy antara lain di sekitar lingkungan PNJ, Pondok Sukatani Permai Depok dan bazar yang diselenggarakan oleh jurusan akuntansi PNJ.

**Promosi :** Promosi dilakukan dengan memasang brosur elektronik di status whatsapp, instagram, jaringan personal whatsapp, dan menawarkan secara langsung terhadap target pasar. Strategi promosi ini terbukti berhasil meningkatkan angka penjualan. Untuk selanjutnya promosi akan dilakukan lebih intensif agar penjualan semakin meningkat. Target pasar berdasarkan hasil kuesioner adalah sebagai berikut: berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, domisili di Depok, termasuk ekonomi kelas menengah ke bawah (uang saku/pendapatan per hari Rp 50.000,00-Rp 100.000,00)

2. Penjualan produk susu jelly tertinggi adalah di bulan Januari 2024 sebesar 212 buah dan data terendah berada pada bulan Februari sebesar 16 buah. Penjualan tertinggi di bulan Januari 2024 dikarenakan sedang mengejar



**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

target untuk mengikuti kegiatan LDK (Latihan Dasar Kewirausahaan).

Penjualan terendah di bulan februari karena sedang libur kuliah

3. Indeks kepuasan susu jelly Sweet Dreamy adalah 89,25% sukses dalam memuaskan para pelanggannya.

**5.2. Saran**

Berdasarkan hasil survei kepuasan pelanggan, kami sampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Meninjau kembali pertanyaan dalam kuesioner. Komponen dapat ditambah untuk hasil yang lebih baik.
2. Jumlah responden diperbanyak
3. Untuk meningkatkan penjualan perlu lebih banyak mengikuti kegiatan bazar baik di lingkungan kampus maupun diluar kampus.
4. Untuk memudahkan pembayaran perlu ditambah pembayaran melalui transfer ke rekening penjual.
5. Rajin buat konten, ataupun review barang yang di upload ke status WA / IG bisnis



**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



## DAFTAR PUSTAKA

### Situs Online/Artikel dari Website

Ari, Lambang. (2023, 4 November). *Begitu Cara Membuat Es Jelly Susu yang Enak, Sehat, dan Bergizi*. Diakses pada 27 April 2024, dari <https://www.google.com/amp/s/www.timenews.co.id/gaya-hidup/amp/99510746726/begitu-resep-cara-membuat-es-jelly-susu-yang-enak-sehat-dan-bergizi>.

Ari, Lambang. (2023, 20 November). *Resep Es Susu Jelly Lezat dan Segar Ide Jualan Kekinian Terlaris di 2023*. Diakses pada 27 April 2024, dari <https://www.google.com/amp/s/www.timenews.co.id/gaya-hidup/amp/99510932102/resep-es-susu-jelly-lezat-dan-segar-ide-jualan-kekinian-terlaris-di-2023>.

Candrawardhani, Shirley. (2024, 8 April). *Apa Itu STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dalam Bisnis? Ini Contoh dan Cara Analisisnya*. Diakses pada 28 April 2024, dari <https://www.kitalulus.com/blog/bisnis/stp-adalah/>.

Chairunisa. (2022, 8 November). *Apa Itu Pemasaran: Definisi, Fungsi, dan Jenisnya*. Diakses pada 26 Mei 2024, dari <https://dailysocial.id/post/apa-itu-pemasaran>.

Christyanti, Adella. (2020, 8 November). *Resep Es Susu Jelly, Enak Disantap saat Siang Hari*. Diakses pada 27 April 2024, dari <https://www.google.com/amp/s/lifestyle.okezone.com/amp/2020/11/08/298/2306037/resep-es-susu-jelly-enak-disantap-saat-siang-hari>.

Cintha. (2023, 9 November). *Pengertian Lengkap 7P Bauran Pemasaran atau Marketing Mix*. Diakses pada 26 Mei 2024, dari <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-bauran-pemasaran/>.

Hanlon, Annmarie. (2024, 24 Januari). *The segmentation, targeting, positioning (STP) marketing model*. Diakses pada 28 April 2024, dari <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/customer-segmentation-targeting/segmentation-targeting-and-positioning/>.

Idris, Muhammad. (2021, 8 Oktober). *Apa Itu Pemasaran: Definisi, Jenis, Fungsi, dan Contohnya*. Diakses pada 26 Mei 2024, dari <https://money.kompas.com/read/2021/10/08/160741926/apa-itu-pemasaran-definisi-jenis-fungsi-dan-contohnya?page=all>.

Kristomuljono, Ryan. (2024, 31 Januari). *Mengenal Pengertian Bauran Pemasaran yang Ada Sejak 1960*. Diakses pada 26 Mei 2024, dari

### 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

[https://toffee.dev/blog/business-and-marketing/pengertian-bauran-pemasaran/#1\\_Product\\_Produk](https://toffee.dev/blog/business-and-marketing/pengertian-bauran-pemasaran/#1_Product_Produk).

Kumalasari, Retna. (2022, 30 Juni). *STP Adalah: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Diakses pada 28 April 2024, dari <https://majoo.id/solusi/detail/stp-adalah>.

Kurnia, Firdilla. (2022, 2 Desember). *Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Contoh, Faktor, Manfaat, Cara Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Diakses pada 28 April 2024, dari <https://dailysocial.id/post/kepuasan-pelanggan-adalah>.

Mesak, Edward. (2023, 29 Agustus). *Pengertian Penjualan, Tujuan dan Bentuknya dalam Perusahaan*. Diakses pada 27 April 2024, dari <https://mekari.com/blog/pengertian-penjualan/>.

Nathania, Raissa. (2024, 19 April). *Menyelami Konsep 7P dalam Marketing Mix (Bauran Pemasaran)*. Diakses pada 26 Mei 2024, dari <https://glints.com/id/lowongan/7p-marketing-mix-bauran-pemasaran/>.

Nathania, Raissa. (2024, 19 April). *STP Marketing: Definisi, Target Pemasaran, Positioning & Serba-serbinya*. Diakses pada 28 April 2024, dari <https://glints.com/id/lowongan/stp-marketing-adalah/>.

Pamungkas, Ajar. (2022, 8 Agustus). *Mengenal Pengertian Bauran Pemasaran untuk Praktik Bisnis*. Diakses pada 27 April 2024, dari <https://majoo.id/solusi/detail/bauran-pemasaran>.

Pratama, Reza. (2024, 8 Maret). *Resep Es Jelly Susu untuk Jualan dengan Modal Minim*. Diakses pada 27 April 2024, dari <https://beritausaha.com/inspirasi-bisnis/resep-es-jelly-susu-untuk-jualan/>.

Pujiati. (2023). *7 Bauran Pemasaran: Pengertian dan Konsep*. Diakses pada 27 April 2024, dari <https://deepublishstore.com/blog/materi/marketing-mix/>.

Revita, Tiffany. (2022, 29 November). *Bauran Pemasaran: Pengertian, Strategi, dan Contoh Penerapannya*. Diakses pada 27 April 2024, dari <https://dailysocial.id/post/bauran-pemasaran>.

Utami, Silmi Nurul dan Serafica Gisha. (2021, 27 Agustus). *Penjualan: Pengertian Para Ahli, Bentuk, Jenis, dan Tujuannya*. Diakses pada 27 April 2024, dari <https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/27/131616269/penjualan-pengertian-para-ahli-bentuk-jenis-dan-tujuannya?page=all>.

Vedhitya, Mavellyno. (2023, 29 Maret). *Serba-serbi STP Marketing: Berikut Arti dan Contohnya*. Diakses pada 28 April 2024, dari



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

<https://www.marketeers.com/serba-serbi-stp-marketing-berikut-arti-dan-contohnya/>.

**Jurnal**

- Candra, Y., Sari, D. P., & Ismail, W. (2019). Pengaruh Bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sale pisang Purwobakti muaro bungo. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 122-138.
- Fadilah, Nur. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194-211.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud. Mitra Kecamatan Amandraya. *Pareto: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 16-25.
- Nurhadi, N. N. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Persepektif Ekonomi Syariah. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2).
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2019). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 1-14.
- Ritonga, H. M., Pane, D. N., & Rahmah, C. A. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Idk 2 Medan. *Jumant*, 12(2), 30-44.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114.
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan kedai kopi kala senja. *Jurnal E-bis*, 3(2), 111-118.

**Buku**

- Armanto, dkk (2023). *Manajemen Pemasaran*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M.V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.





## © 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

Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited.

Sumiyati & Nafi'ah, Y. (2021). *Akuntansi Keuangan SMK/MAK Kelas XI*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.





## LAMPIRAN 1

### Pertanyaan Google Form

#### Kepentingan

1.	Apakah menurut kamu rasa merupakan komponen penting ketika membeli susu jelly?	1. Sangat tidak penting 2. Tidak penting 3. Penting 4. Sangat penting
2.	Apakah menurut kamu banyaknya varian rasa merupakan komponen penting ketika membeli susu jelly?	1. Sangat tidak penting 2. Tidak penting 3. Penting 4. Sangat penting
3.	Apakah menurut kamu harga merupakan komponen penting ketika membeli susu jelly?	1. Sangat tidak penting 2. Tidak penting 3. Penting 4. Sangat penting
4.	Apakah menurut kamu kemasan merupakan komponen penting ketika membeli susu jelly?	1. Sangat tidak penting 2. Tidak penting 3. Penting 4. Sangat penting
5.	Apakah menurut kamu porsi sajian merupakan komponen penting ketika membeli susu jelly?	1. Sangat tidak penting 2. Tidak penting 3. Penting 4. Sangat penting
6.	Apakah menurut kamu tingkat kekentalan susu jelly merupakan komponen penting ketika membeli susu jelly?	1. Sangat tidak penting 2. Tidak penting 3. Penting 4. Sangat penting
7.	Apakah menurut kamu penampilan penjual merupakan komponen penting ketika membeli susu jelly?	1. Sangat tidak penting 2. Tidak penting 3. Penting 4. Sangat penting
8.	Apakah menurut kamu kemudahan pembayaran merupakan komponen penting ketika membeli susu jelly?	1. Sangat tidak penting 2. Tidak penting 3. Penting 4. Sangat penting

#### 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta


### Kinerja

1	Apakah kamu puas dengan rasa susu jelly?	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sangat tidak puas</li><li>2. Tidak puas</li><li>3. Puas</li><li>4. Sangat puas</li></ol>
2	Apakah kamu puas dengan banyaknya varian rasa susu jelly?	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sangat tidak puas</li><li>2. Tidak puas</li><li>3. Puas</li><li>4. Sangat puas</li></ol>
3	Apakah kamu puas dengan harga susu jelly?	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sangat tidak puas</li><li>2. Tidak puas</li><li>3. Puas</li><li>4. Sangat puas</li></ol>
4	Apakah kamu puas dengan kemasan susu jelly?	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sangat tidak puas</li><li>2. Tidak puas</li><li>3. Puas</li><li>4. Sangat puas</li></ol>
5	Apakah kamu puas dengan jumlah porsi sajian susu jelly?	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sangat tidak puas</li><li>2. Tidak puas</li><li>3. Puas</li><li>4. Sangat puas</li></ol>
6	Apakah kamu puas dengan tingkat kekentalan susu jelly?	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sangat tidak puas</li><li>2. Tidak puas</li><li>3. Puas</li><li>4. Sangat puas</li></ol>
7	Apakah kamu puas dengan penampilan penjual susu jelly?	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sangat tidak puas</li><li>2. Tidak puas</li><li>3. Puas</li><li>4. Sangat puas</li></ol>
8	Apakah kamu puas dengan kemudahan pembayaran ketika membeli susu jelly?	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sangat tidak puas</li><li>2. Tidak puas</li><li>3. Puas</li><li>4. Sangat puas</li></ol>



LAMPIRAN 2

Nota Penjualan

 **Sweet Dreamy**  
Jl Gandaria 1 FF 9 No 11  
Sukatani, Tapos, Depok, Jawa  
Barat, Indonesia

---

Nomor Nota : ..... Kepada Yth.  
Tanggal Nota : ..... .....

No	Nama Barang	Jumlah	Harga	Total
1				
2				
3				
4				
5				
			Sub Total	
			Diskon	
			Total	

Catatan  
.....  
.....

Tanda Terima \_\_\_\_\_ Hormat Kami \_\_\_\_\_

Perhatian:  
Barang yang sudah di beli tidak  
dapat ditukar / dikembalikan

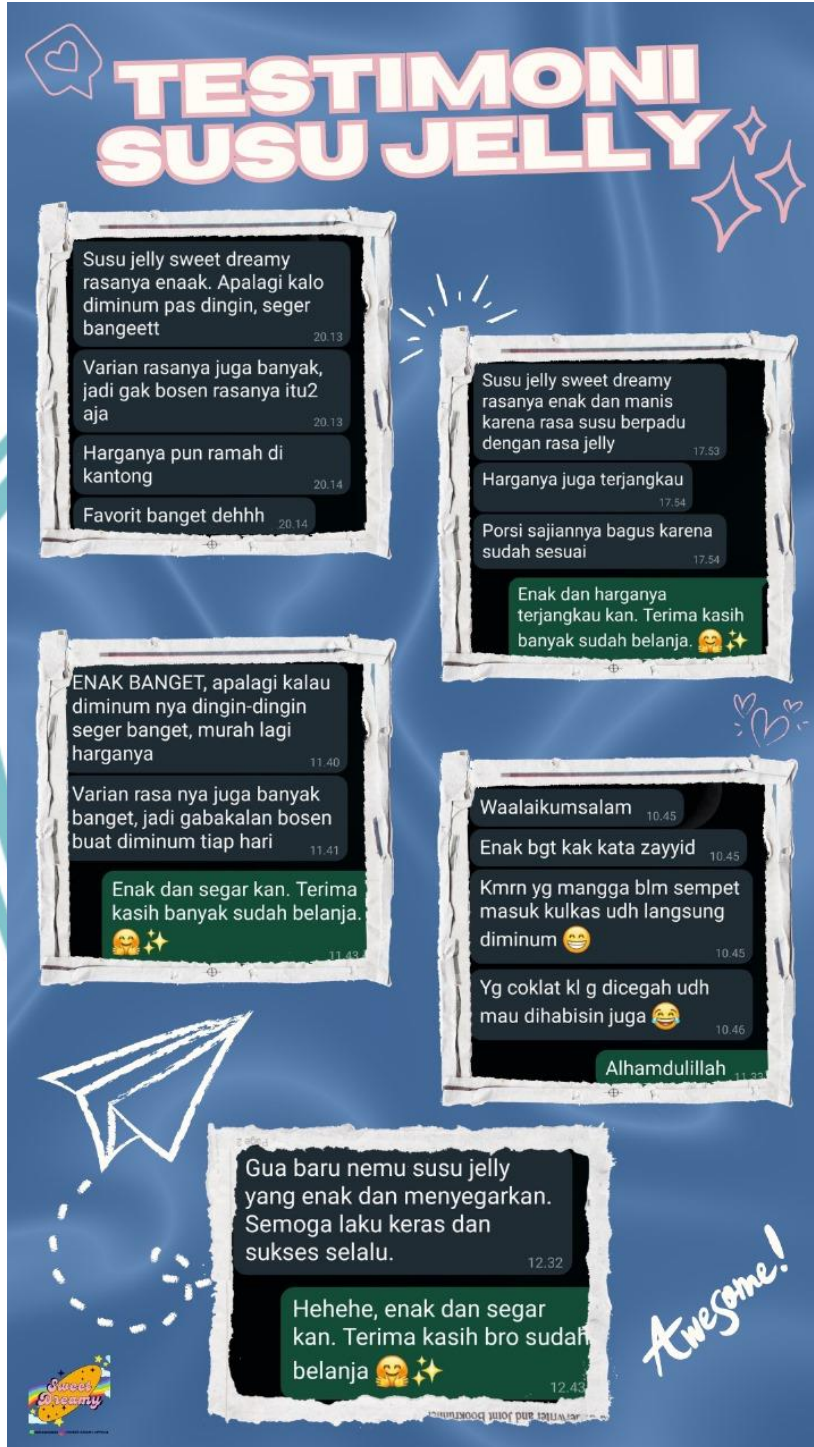
**(Terima kasih atas pembeliannya!)**

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 3

### Testimoni Pelanggan



#### 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