



© 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

LAPORAN TUGAS AKHIR



**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM
PEMASARAN *SPAGHETTI BOLOGNESE CITA GOURMET***

Disusun oleh:

Masitha Nandira

2208311004

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN UNTUK WARGA
NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS
PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA TIGA
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



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

LAPORAN TUGAS AKHIR



ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM PEMASARAN *SPAGHETTI BOLOGNESE CITA GOURMET*

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya

Disusun oleh:

Masitha Nandira

2208311004

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN UNTUK WARGA
NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS
PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA TIGA
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



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

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. Pendapatnya, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas Akhir ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Masitha Nandira

NIM : 2208311004

Tanda tangan :



Tanggal : 8 Juli 2025

**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 diajukan oleh:

Nama : Masitha Nandira
NIM : 2208311004
Program Studi : D-3 Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Tugas Akhir : Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Pemasaran
Spaghetti Bolognese Cita Gourmet

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

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Rahma Nur Praptiwi, S.Si., M.M. ()
Anggota Penguji 1 : Tika Dwi Ariyanti, M.Psi., Psikolog ()
Anggota Penguji 2 : Innas Rovino Katuruni, S.Hut, M.M. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di: Depok

Tanggal: 8 Juli 2025

Ketua Jurusan Akuntansi

Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si.
NIP 197009131999031002



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Penyusun : Masitha Nandira
Nomor Induk Mahasiswa : 2208311004
Jurusan/Program Studi : Akuntansi/ D-3 Manajemen Pemasaran
Judul Laporan TA/ Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Pemasaran
Spaghetti Bolognese Cita Gourmet

Disetujui oleh:
Pembimbing

Innas Rovino Katuruni, S.Hut, M.M.
NIP 19881114201921001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Ketua 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



© 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

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Masitha Nandira
NIM : 2208311004
Program Studi : D-3 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: **“Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Pemasaran Spaghetti Bolognese Cita Gourmet”**.

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Depok

Pada Tanggal: 8 Juli 2025

Yang menyatakan

Masitha Nandira
NIM 2208311004



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, nikmat, dan kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Pemasaran *Spaghetti Bolognese Cita Gourmet* dapat diselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi D-3 Manajemen Pemasaran, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta. Penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si., selaku Ketua Jurusan Akuntansi
3. Bapak Innas Rovino Katuruni, S.Hut., M.M., selaku Ketua Program Studi D-3 Manajemen Pemasaran dan Dosen Pembimbing Tugas Akhir
4. Para dosen dan staf Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta
5. Terima kasih kepada Ayahanda Drs. Rahmat Irawan dan Ibunda Dra. Indah Budi Wuryani atas cinta, doa, dan dukungan yang tak henti.
6. Terima kasih kepada kakak saya, Drg. M. Ihsan Pramadya Irawan, dan kakak ipar saya, Dr. Gina Nindya Nur Indriani, atas dukungan dan semangat yang diberikan dalam penyelesaian Tugas Akhir.
7. Teman-teman angkatan 2022 dan sahabat Tuli atas doa dan motivasinya.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan melalui email masitha.nandira.ak22@mhswnpj.ac.id. Semoga karya ini bermanfaat bagi mahasiswa Prodi Manajemen Pemasaran dan pembaca lainnya.

Depok, 8 Juli 2025

Masitha Nandira



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

ABSTRAK

Masitha Nandira

D-3 Manajemen Pemasaran Warga Negara Berkebutuhan Khusus

Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Pemasaran

Spaghetti Bolognese Cita Gourmet

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap produk *Spaghetti Bolognese Cita Gourmet* yang dipasarkan oleh mahasiswa Program Studi Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Jakarta. Metode yang digunakan adalah survei deskriptif melalui kuesioner kepada 60 responden yang membeli produk selama Oktober 2024 - Mei 2025. Hasil menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan berada pada kategori puas dengan skor rata – rata 3,66 dari skala 4. Faktor utama yang memengaruhi kepuasan adalah kemudahan pembayaran, kemasan dan rasa. Secara umum, pelanggan merasa puas meskipun aspek kemasan masih perlu ditingkatkan.

Kata kunci: Cita Gourmet, Kepuasan Pelanggan, *Spaghetti Bolognese*.

ABSTRACT

Masitha Nandira

D-3 Marketing Management of Citizens with Special Needs

Customer Satisfaction Analysis in Marketing

Spaghetti Bolognese Cita Gourmet

This study aims to evaluate customer satisfaction with Spaghetti Bolognese Cita Gourmet, marketed by students of the Marketing Management Study Program at the Jakarta State Polytechnic. The method used was a descriptive survey using a questionnaire to 60 respondents who purchased the product between October 2024 and May 2025. The results showed that customer satisfaction was in the satisfied category, with an average score of 3.66 on a scale of 4. The main factors influencing satisfaction were ease of payment, packaging, and taste. Overall, customers were satisfied, although the packaging aspect still needs improvement.

Keywords: Cita Gourmet, Customer Satisfaction, *Spaghetti Bolognese*.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penulisan	1
1.2. Tujuan Penulisan	2
1.3. Manfaat Penulisan	3
1.4. Metode Penulisan	3
1.5. Sistematika Penulisan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 <i>Spaghetti Bolognese</i>	5
2.1.1 Latar Belakang <i>Spaghetti Bolognese</i>	5
2.1.2 Deskripsi <i>Spaghetti Bolognese</i>	5
2.1.3 Asal Usul dan Kontroversi <i>Spaghetti Bolognese</i>	5
2.2 Penjualan	6
2.2.1 Konsep Penjualan dalam Pemasaran	6
2.2.2 Pengertian Penjualan	6
2.2.3 Pentingnya Penjualan bagi Bisnis	7
2.2.4 Jenis – jenis Penjualan	7
2.3 Pengertian Media	9
2.3.1 Pengertian Media Sosial	9
2.3.2 Pengertian <i>Instagram</i>	9
2.4 STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	9

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

2.4.1	Segmentasi	10
2.4.2	Target Pasar	11
2.4.3	<i>Positioning</i>	12
2.5	Bauran Pemasaran	12
2.5.1	<i>Product</i> (Produk)	12
2.5.2	<i>Price</i> (Harga)	13
2.5.3	<i>Place</i> (Tempat)	13
2.5.4	<i>Promotion</i> (Promosi)	15
2.5.5	<i>People</i> (Orang)	16
2.5.6	<i>Process</i> (Proses)	16
2.5.7	<i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)	17
2.6	Kepuasan Pelanggan	17
2.6.1	Pengertian Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan	17
2.7	Survei Pelanggan	18
2.7.1	Pengertian <i>Customer Satisfaction Survey</i>	18
2.7.2	Tujuan dan Indikator <i>Customer Satisfaction Survey</i>	18
2.8	Perilaku Pelanggan	18
2.8.1	Pengertian Perilaku Pelanggan	18
2.8.2	Peran Penting Perilaku Konsumen	19
2.9	Persepsi Pelanggan	19
2.9.1	Pengertian Persepsi Pelanggan	19
2.9.2	Persepsi Konsumen	20
2.9.3	Faktor – faktor yang Memengaruhi Persepsi Pelanggan	20
2.9.4	Indikator Persepsi Konsumen	21
BAB III PROFIL DAN PELAKSANAAN USAHA		22
3.1	Profil Usaha	22
3.2	Pelaksanaan Usaha	26
3.2.1	Perencanaan (<i>Business plan</i>)	26
3.2.2	Produksi, Penjualan dan Pemasaran	35
3.3	Saluran Penjualan:	37
3.3.1	Penjualan Melalui Media Sosial <i>Instagram</i>	37
3.3.2	Penjualan Melalui <i>WhatsApp</i>	39
3.3.3	Penjualan Melalui Bazar	41
3.3.4	Penjualan Melalui Aktifitas Sehari-hari	42
BAB IV PEMBAHASAN		44
4.1	Analisis Hasil Penjualan	44
4.1.1	Hasil Penjualan	44
4.1.2	Hasil Analisis Penjualan	45
4.2	Analisis Hasil <i>Survey</i> Pasar	46
4.2.1	Hasil <i>Survey</i> Pasar	46
4.2.2	Hasil Analisis <i>Survey</i> Pasar	46
4.3	<i>Survey</i> Kepuasan Pelanggan	47
4.3.1	Profil Responden	47



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

4.3.2	Survey Pembelian	50
4.3.3	Analisis Kepuasan Pelanggan	52
4.4	Analisis SWOT <i>Spaghetti Bolognese</i>	54
BAB V PENUTUP		56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....		57
LAMPIRAN.....		61





DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Peralatan yang dibutuhkan	28
Tabel 3. 2 Perlengkapan yang dibutuhkan 1 bulan	29
Tabel 3. 3 <i>Fixed Cost</i>	29
Tabel 3. 4 <i>Variabel Cost</i>	30
Tabel 3. 5 Rekapitulasi modal	31
Tabel 4. 1 Hasil Penjualan Semester 5 - 6	44
Tabel 4. 2 Hasil <i>Survey</i> Pasar	46
Tabel 4. 3 Selisih Komponen dengan Kinerja/Kepuasan	52
Tabel 4. 4 Faktor Pembobot Harapan Pelanggan	53
Tabel 4. 5 Kepuasan Pelanggan	54



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 Usaha	23
Gambar 3. 2 Gambar Produk Spaghetti Bolognese beserta Label	23
Gambar 3. 3 Hasil Desain Label	24
Gambar 3. 4 Kemasan Produk	25
Gambar 3. 5 Produk yang dibutuhkan.....	27
Gambar 3. 6 Poster Promosi <i>Spaghetti Bolognese</i>	32
Gambar 3. 7 Flowchart Proses Pembuatan Spaghetti Bolognese	35
Gambar 3. 8 Berada Instagram.....	37
Gambar 3. 9 Berada untuk posting edit foto	37
Gambar 3. 10 Editing Foto.....	38
Gambar 3. 11 Menambahkan Caption dan No Hp	38
Gambar 3. 12 Produk sudah terposting di Instagram.....	39
Gambar 3. 13 Hasil Pemasaran di story Whatsapp	39
Gambar 3. 14 Bukti pesanan melalui Whatsapp	40
Gambar 3. 15 Bazar di Kampus	41
Gambar 3. 16 Bazar di Islamic Center	41
Gambar 3. 17 Persiapan Spaghetti Bolognese untuk penjualan.....	42
Gambar 3. 18 Produk Spaghetti Bolognese di Kantor	42
Gambar 3. 19 Produk Spaghetti Bolognese di Rumah.....	43
Gambar 4. 1 Laba Mingguan	45
Gambar 4. 2 Usia Responden.....	47
Gambar 4. 3 Pendidikan Responden	48
Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden	48
Gambar 4. 5 Pendapatan/bulan Responden.....	49
Gambar 4. 6 Tempat tinggal (saat ini) Responden	49
Gambar 4. 7 Persentase Pembelian <i>Spaghetti Bolognese</i> Cita Gourmet	50
Gambar 4. 8 Frekuensi pembelian <i>spaghetti bolognese</i> dari Cita Gourmet	50
Gambar 4. 9 Waktu pembelian <i>spaghetti bolognese</i> dari Cita Gourmet	51

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 <i>Spaghetti Bolognese</i>	61
Lampiran 2 Logo dan Label.....	61
Lampiran 3 <i>Flyer</i> Promosi <i>Spaghetti Bolognese</i>	62
Lampiran 4 Nota Cita <i>Gourmet</i>	62
Lampiran 5 Foto kegiatan penjualan.....	63



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

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penulisan

Spaghetti, mi panjang dan tipis khas Italia kini populer di Indonesia . Pasta, termasuk *spaghetti*, pertama kali dikenalkan ke Indonesia pada masa kolonial Belanda, sekitar abad ke-19. Saat itu, banyak makanan Eropa seperti keju, sosis dan pasta, diimpor dan dikenalkan kepada masyarakat kelas atas di Hindia Belanda. Para bangsawan dan kalangan priyayi yang mengikuti gaya hidup Eropa mulai mengenal dan menyukai pasta. Para babu yang bekerja di rumah-rumah Belanda juga turut mengenal dan mempelajari cara memasak pasta, termasuk *spaghetti*. Setelah Indonesia merdeka, popularitas pasta, termasuk spaghetti, terus meningkat. Meningkatkan jumlah restoran Barat dan produk pasta membuat pasta lebih mudah diakses masyarakat. Percampuran budaya antara Indonesia dan Barat membuat *spaghetti* mengalami akulturasi, sehingga memunculkan banyak variasi. *Spaghetti* mulai dipadukan dengan bahan-bahan lokal, seperti ayam, udang, atau sayuran, sehingga menciptakan cita rasa yang unik dan sesuai dengan selera orang Indonesia.

Selain *spaghetti bolognese* dan *carbonara* yang sudah familiar, kita bisa menemukan *spaghetti* goreng, *spaghetti* saus padang dan banyak lagi kreasi lainnya. *Spaghetti* mudah ditemukan di berbagai tempat, mulai dari restoran mewah hingga warung makan sederhana. Bahkan, banyak supermarket yang menjual berbagai jenis pasta, saus pasta dan bahan pelengkap lainnya. Hal ini menjadi salah satu akses yang membuat generasi muda saat ini semakin terbuka terhadap makanan asing yaitu pasta termasuk *spaghetti* (Sriyanto, 2024).

Peluang usaha *spaghetti bolognese* tergolong sangat prospektif karena mendapatkan respons positif dari berbagai kalangan. Usaha *spaghetti bolognese* merupakan pilihan kuliner mancanegara yang menguntungkan, sehingga banyak orang tertarik menekuninya. Usaha *spaghetti bolognese* menawarkan rasa nikmat dan gurih, serta digemari banyak orang, jumlah peminatnya yang melonjak menjadikan usaha *spaghetti bolognese* sebagai



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

salah satu usaha berpotensi bagus. Usaha ini dapat dijalankan kapan pun karena tidak terikat waktu atau musim. *Spaghetti bolognese* kini digemari sebagai kuliner asing yang lezat, sehingga banyak diminati pasar.

Penjualan merupakan sumber pendapatan utama bagi bisnis. Tanpa adanya penjualan, bisnis tidak dapat beroperasi dan berkembang. Selain itu, penjualan juga berperan dalam meningkatkan laba perusahaan dan menarik minat terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam keberlangsungan bisnis. Hal ini penting karena dapat menjaga loyalitas pelanggan, menarik pelanggan baru melalui rekomendasi dari pelanggan yang puas dan menjaga kepercayaan pelanggan terhadap produk tersebut (Ismail, 2014).

Spaghetti bolognese dipilih karena digemari oleh berbagai kalangan, terutama mahasiswa yang mencari hidangan praktis, lezat dan terjangkau. *Spaghetti bolognese* juga dapat divariasikan dengan berbagai saus dan *topping*, sehingga memiliki potensi pasar yang luas. Dalam bisnis ini, juga ingin dipahami bagaimana mekanisme sebuah produk dapat diterima oleh pelanggan dan apakah ada aspek yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan. Oleh karena itu, analisis kepuasan pelanggan menjadi penting untuk mengetahui kesesuaian antara produk yang ditawarkan dengan harapan konsumen serta untuk meningkatkan kualitas dan strategi pemasaran ke depannya agar bisa memenuhi kepuasan pelanggan.

1.2. Tujuan Penulisan

Tujuan dari tugas akhir ini yaitu :

1. Mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap penjualan *spaghetti bolognese Cita Gourmet*.
2. Memahami faktor – faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.



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

1.3. Manfaat Penulisan

Manfaat dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Bagi penulis, sebagai sarana untuk meningkatkan wawasan dan pemahaman dalam menjalankan usaha kuliner.
2. Bagi masyarakat, sebagai referensi dalam memahami proses pengelolaan dan pemasaran produk kuliner, khususnya *Cita Gourmet*.
3. Bagi Politeknik Negeri Jakarta, sebagai sumber inspirasi bagi mahasiswa/mahasiswi yang ingin memulai bisnis di bidang kuliner.

1.4. Metode Penulisan

Metode penulisan tugas akhir ini secara deskriptif adalah untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai bisnis kuliner, khususnya *Cita Gourmet*, dengan membahas aspek pengelolaan usaha, strategi pemasaran, serta faktor – faktor yang memengaruhi daya tarik di pasar.

1. Studi literatur
2. Observasi
3. Deskriptif: Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memberikan pemahaman menyeluruh mengenai bisnis kuliner *Cita Gourmet*, meliputi strategi pengelolaan, inovasi produk, serta faktor-faktor yang berkontribusi terhadap perkembangannya di industri makanan.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penulisan laporan tugas akhir yang mengevaluasi bagaimana kepuasan pelanggan terhadap produk *Cita Gourmet* yaitu *Spaghetti Bolognese*.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dipaparkan referensi pustaka terkait manajemen pemasaran, *survey* pelanggan dan kepuasan pelanggan.

BAB 3: PROFIL DAN PELAKSANAAN USAHA

Pada bagian akan digambarkan tentang produk usaha, proses pembuatan produk dan nama jenis usaha serta foto produk usaha beserta asal muasal dimulainya pembuatan produk ini.



© 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

BAB 4: PEMBAHASAN

Bagian akan menguraikan tentang bagaimana memasarkan produk *spaghetti bolognese* dan mengevaluasi sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut.

BAB 5: PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan dari evaluasi kepuasan pelanggan serta saran yang relevan.



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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan pelanggan terhadap produk *spaghetti bolognese Cita Gourmet* diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan pelanggan berada pada kategori puas dengan rata – rata skor sebesar 3,66 dari skala 1-4. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan secara umum merasa puas terhadap produk dan layanan yang diberikan.
2. Faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kemudahan pembayaran (0,57), penampilan penjual (0,55), serta rasa dan kemudahan memperoleh produk (0,54).
3. Disarankan untuk mempertahankan faktor – faktor dengan tingkat kepuasan pelanggan tinggi seperti kemudahan pembayaran dan penampilan penjual, serta meningkatkan faktor yang memperoleh skor rendah seperti porsi dan harga. Menjaga kualitas rasa dan memastikan produk mudah diakses juga penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempertahankan kepuasan yang telah dicapai.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan pelanggan terhadap *spaghetti bolognese Cita Gourmet*, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Mempertahankan aspek yang dinilai positif oleh pelanggan seperti kemudahan pembayaran dan penampilan penjual agar tingkat kepuasan pelanggan tetap puas atau meningkatkan.
2. Memperbaiki aspek yang memiliki tingkat kepuasan rendah seperti porsi dan harga, misalnya melalui penyesuaian ukuran sajian atau penyediaan variasi paket dengan harga terjangkau.
3. Meningkatkan kualitas rasa dan distribusi produk agar produk tetap mudah diakses dengan cita rasa yang konsisten.
4. Melakukan evaluasi rutin agar produk dan layanan tetap sesuai dengan kebutuhan 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta.
- Amanah, D. (2015). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kinerja usaha kecil dan menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Antara. (2024). Manfaat Media Sosial Serta Adab dan Etika Penggunaannya. <https://www.antaranews.com/berita/4395082/manfaat-media-sosial-serta-adab-dan-etika-penggunaannya>
- Arief, M. (2017). Peran Penjualan dalam Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*. Universitas Esa Unggul. <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Eko/article/view/2014>
- Assauri, S. (2018), Manajemen Bisnis Pemasaran (1st ed). Depok: PT Rajawali Pers.
- Isa, M. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta. *Jurnal Manajemen Dayasaing*.
- Ismail, (2014). Konsep Pemasaran modern: Fokus pada kepuasan pelanggan. Jakarta. <https://journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/view/9326>
- Ivosights. (2023). Jenis dan Metode *Customer Satisfaction Survey* yang Tepat. <https://ivosights.com/read/artikel/customer-satisfaction-survey-jenis-dan-metode-yang-tepat>
- Izzaty, W., & Imsar. (2022). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. KONSUMEN PADA PT. halal Network Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Harapan Makmur Selatan). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulagi*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jmbi/article/view/44298/40772>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Principles of marketing (15th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing (15th ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Harlow, Essex, England: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, L.K. (2016). *Marketing Management*.



© 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

- Kuswatiningsih. (2016). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi.
- Manan, Y.M., & Azizah, K. N. (2021). Strategi pemasaran produk penghimpunan dana Tabungan Rinjani lb Bsr pada BPRS Bumi Rinjani Kepanjen Kantor Kas Lanang . Jurnal Perbankan Syariah Darussalam.
- Mantik, A. F., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Motivasi Dan Persepsi Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Kfc Megamall Manado.
- Manus, Fanly W dan Bode Lumanauw. 2015. Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. Jurnal EMBA vol.3 no.2 Juni 2015.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/8697>
- Mario B. Manggaribet, Kawet, L., & Moniharapon, S. (2015). *the effect of perception and value of Car Consumer Buying Decision*.
- Musfar, T. F (2020). Buku Ajar Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Pemasaran. Media Sains Indonesia.
- Nassè, Dr. T. B (2021). *The Concept Of Consumer Behavior: Definitions In a Contemporary Marketing Persepctive International Journal Pf Management & Entrepreneurship Research*.
- Nurhadi, N. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (*Marketing Mix*) Perspektif Ekonomi Syariah. Yogyakarta: Deepublish.
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer (2nd ed.)*. New York: Routledge.
- Priansa, D. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Konten porer. Bandung: ALFABETA
- Reken, F., & Rekan-rekan. (2024). Pengantar ilmu manajemen pemasaran. Padang, Sumatera Barat: CV Gita Lentera.
- Ritonga, W. (2020). Pemasaran. Surabaya: PT Muara Karya.
- Rizal, A. (2020). Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri. Yogyakarta: Deepublish.



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

Ruhmahdi, A. R. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Shuttlecock Java. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen.

<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1042>

Safitra H, R. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea.

<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/336/280>

Saladin, D. (2016). Manajemen pemasaran. Bandung: Agung Ilmu.

Sari. (2015). Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Pelanggan Lottemart Dengan Akseibilitas Sebagai Variabel Moderator.

Schlegelmilch. Bodo B. (2016). *Global Marketing Strategy – An Executive Digest* Vienna Springer international

<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-26279-6>

Sendari, A.A. (2019). *Instagram* Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya. Jakarta:

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya?page=3>

Sendari, Anugerah Ayu. 2019. Fakta *Spaghetti Bolognese*, Makanan yang Ternyata Bukan Asli Italia. Jakarta:

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3886493/fakta-spaghetti-bolognese-makanan-yang-ternyata-bukan-asli-italia?page=6>

Sonny, S. (2021). Covid-19 dan dampaknya bagi perilaku konsumen di Indonesia tahun 2021).

Sriyanto, A.P. 2024. Spaghetti di Indonesia: Perjalanan Panjang dari Italia. Semarang:

<https://www.rri.co.id/kuliner/1046325/spaghetti-di-indonesia-perjalanan-panjang-dari-italia>

Sudarsono, H. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran. Jember: Oleh CV Pustaka Abadi.

Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2017), Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Yogyakarta.

Wijayanti, T. (2011). *Marketing Plan!* Dalam Bisnis (2nd ed). Jakarta.

Yudho, S. K. S., & Agustin, S. (2022). Pengaruh *Marketing Mix* (7P) Terhadap keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Laptop Dapurdep. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen.



© 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



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

LAMPIRAN

Lampiran 1 Foto Produk *Spaghetti Bolognese*



Lampiran 2 Logo dan Label



Logo



Label

Lampiran 3 Flyer Promosi *Spaghetti Bolognese*

Lampiran 4 Nota Cita Gourmet

CITA GOURMET
Taman Ayu No 509
Lippo Karawaci Tangerang
No Hp: 085691840703
IG: citanandira

No Nota:

No	Nama Barang	Jumlah	Harga	Total
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				

Perhatian:
Barang yang sudah dibeli tidak dapat
dikur/dikembalikan

Total Rp.

Tanda terima

Thanks for your order!

Masitha Nandira
Cita Gourmet

CITA GOURMET
Taman Ayu No 509
Lippo Karawaci Tangerang
No Hp: 085691840703
IG: citanandira

No Nota: 1

Tanggal Order: 14 Februari 2025
Kepada Yth: Pak Ferry

No	Nama Barang	Jumlah	Harga	Total
1.	Spaghetti Bolognese	5	15.000	75.000
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				

Perhatian:
Barang yang sudah dibeli tidak dapat
dikur/dikembalikan

Total Rp. 75.000

Tanda terima

Thanks for your order!

Masitha Nandira
Cita Gourmet

Lampiran 5 Foto kegiatan penjualan



© 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

TESTIMONI PELANGGAN CITA GOURMET



IG: cita.gourmet

TESTIMONI PELANGGAN CITA GOURMET



IG: cita.gourmet

TESTIMONI PELANGGAN CITA GOURMET



IG: cita.gourmet

TESTIMONI PELANGGAN CITA GOURMET



IG: cita.gourmet