



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



**ANALISIS KEBUTUHAN KONSUMEN, KESESUAIAN PRODUK, DAN
KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA MINUMAN ALIEF JUS**

Disusun oleh:
Alief Najmi Sheehan
2308311016

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI D3 – MANAJEMEN PEMASARAN
UNTUK WARGA NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

AGUSTUS, 2026



© 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



ANALISIS KEBUTUHAN KONSUMEN, KESESUAIAN PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA MINUMAN ALIEF JUS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya

Disusun oleh:
Alief Najmi Sheehan
2308311016

**PROGRAM STUDI D3 – MANAJEMEN PEMASARAN
UNTUK WARGA NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

AGUSTUS, 2026



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 karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di Laporan Tugas Akhir ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Alief Najmi Sheehan

NIM : 2308311016

Tanda Tangan : 

Tanggal : Agustus 2026

**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 : Alief Najmi Sheehan
NIM : 2308311016
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul Laporan TA : Analisis Kebutuhan Konsumen, Kesesuaian Produk, dan Kepuasan Pelanggan pada Usaha Minuman Alief Jus

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Anita Rahmawati, S.Kom., M.M. ()
Anggota Penguji : Rahma Nur Praptiwi S.Si., M.M ()
Pembimbing : Tika Dwi Ariyanti, M.Psi., Psi ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : Agustus 2026

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., M.Si

NIP 197009131999031002



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 : Alief Najmi Sheehan
Nomor Induk Mahasiswa : 2308311016
Program Studi : Akutansi D3 Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Tugas : Analisis Kebutuhan Konsumen, Kesesuaian
Akhir Produk, dan Kepuasan Pelanggan pada Usaha
Minuman Alief Jus

Disetujui oleh:
Pembimbing 1

Tika Dwi Ariyanti, S.Psi., M.Psi., Psikolog
NIP 199102162018032001

**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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Jurusan Akutansi Politeknik Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya 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 Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Innas Rovino Katuruni, S.Hut., M.M, selaku Ketua Program Studi D-III Manajemen Pemasaran.
4. Ibu Tika Dwi Ariyanti, S.Psi., M.Psi., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan ilmu yang berharga dalam penyusunan laporan ini
5. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Program Studi D-III Manajemen Pemasaran atas ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan.
6. Kedua Orang Tua Tercinta, Ayahanda Danny Hidayat dan Almarhumah Ibunda Rismayanti, serta Nenek tercinta Atit Supriyati, dan adik-adik penulis yang selalu memberikan dukungan moral dan doa yang tak terhingga.
7. Seluruh pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian laporan ini.

Saya menyadari laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dan dapat disampaikan melalui e-mail: alief.najmi.sheehan.ak23@stu.pnj.ac.id. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat serta referensi bagi pembaca dan perkembangan ilmu manajemen pemasaran.

Depok, Juli 2026

Penulis,



© 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 dibawah ini:

Nama : Alief Najmi Sheehan
NIM : 2308311016
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti, Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Kebutuhan Konsumen, Kesesuaian Produk, dan Kepuasan Pelanggan pada Usaha Minuman Alief Jus.

Dengan hak bebas royalty noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir 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 : Agustus 2026

Yang menyatakan

Alief Najmi Sheehan



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

ABSTRAK

Alief Najmi Sheehan

D3 Manajemen Pemasaran, Jurusan Akutansi, Politeknik Negeri Jakarta

Analisis Kebutuhan Konsumen, Kesesuaian Produk, dan Kepuasan Pelanggan pada Usaha Minuman Alief Jus

Tugas akhir ini menjelaskan tentang analisis kebutuhan konsumen, kesesuaian produk, dan kepuasan pelanggan pada usaha Alief Jus. Tujuannya yaitu untuk melakukan identifikasi kebutuhan, analisis kesesuaian produk, dan kepuasan pelanggan produk Alief Jus. Penyusunan laporan menggunakan metode deskriptif kualitatif, kemudian data diperoleh dari proses observasi, wawancara, dan kuesioner kepada konsumen Alief Jus. Analisis menggunakan kerangka *Marketing Mix 7P* dan strategi STP. Hasil laporan ini memberikan rekomendasi strategi bagi Alief Jus untuk meningkatkan loyalitas melalui kualitas pelayanan berkelanjutan.

Kata Kunci: Kebutuhan Konsumen, Kepuasan Pelanggan, Alief Jus, *Marketing Mix 7P*, STP.

ABSTRACT

Alief Najmi Sheehan

D3 Marketing Manajement, Accountancy, Polytechnic State of Jakarta

Analysis of Consumer Needs, Product Suitability, and Customer Satisfaction at Alief Jus Beverage Business.

This final project explains the analysis of consumer needs, product suitability, and customer satisfaction in the Alief Jus business. The objective is to identify consumer needs, analyze product suitability, and measure customer satisfaction for Alief Jus products. The report was compiled using a qualitative descriptive method, with data obtained through observation, interviews, and questionnaires distributed to Alief Jus consumers. The analysis utilizes the 7P Marketing Mix framework and STP strategy. The results provide strategic recommendations for Alief Jus to enhance customer loyalty through sustainable service quality.

Keywords: Consumer Needs, Customer Satisfaction, Alief Jus, Marketing Mix 7P, STP.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK/ABSTRACT.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Tujuan Penulisan.....	2
1.3 Manfaat Penulisan.....	2
1.4. Metode Penulisan	3
1.5. Sistematikan Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	3
BAB II Tinjauan Pustaka.....	5
2.1 Pengertian Jus Buah.....	5
2.2 Manfaat Jus Buah.....	5
2.3 Penjualan	5
2.3.1 Pentingnya Penjualan.....	6
2.4 Bauran Pemasaran	6
2.5 Kepuasan Pelanggan.....	6
2.5.1 <i>Product</i>	7
2.5.2 <i>Price</i>	7
2.5.3 <i>Promotion</i>	8
2.5.4 <i>Place</i>	8
2.5.5 <i>Process</i>	8
2.5.6 <i>Physical Evidience</i>	9
2.6 STP (<i>Segmentation, Targeting & Positioning</i>)	9
2.6.1 <i>Segmenting</i>	9
2.6.2 <i>Targeting</i>	9
2.6.3 <i>Positioning</i>	10
BAB III PROFIL DAN PELAKSANAAN USAHA	11
3.1. Profil Usaha	11
3.2 Logo Usaha.....	12
3.3 Pelaksanaan Usaha	15
3.3.1 Perencanaan (<i>business plan</i>).....	16
a.2. Survei Pasar	17
a.3. Melakukan analisa hasil observasi dan survei	20
c.1 Memilih kemasan produk	20
c.2 Membuat logo	20
c.3 Membuat label	20
3.2.2). Pelaksanaan Usaha.	21

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



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

3.4 Bidang Usaha.....	23
3.5 Perhitungan Modal Alief Juice	24
Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP)	25
BAB IV PEMBAHASAN.....	27
4.1 Identifikasi Kebutuhan Konsumen	27
4.2 menganalisis kesesuaian, keinginan, dan kebutuhan konsumen.....	27
4.3 Kepuasan Pelanggan.....	27
4.4 Rekomendasi Perbaikan Dan Pengembangan Produk.....	29
4.5 Laporan Penjualan	30
4.6. Analisis Laporan Penjualan	31
BAB V PENUTUPAN.....	34
5.1. Simpulan.....	34
5.2. Saran	35

**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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Perlengkapan yang dibutuhkan	24
Tabel 3.2 Fixed cost biaya tetap	24
Tabel 3.3 Variable Cost biaya tidak tetap	24
Tabel 3.4 perlengkapan yang dibutuhkan 1 bulan.....	25
Tabel 3.5 Fixed Cost (biaya tetap) selama 1 bulan	25
Tabel 3.6 Variable Cost (Biaya Tidak Tetap) untuk 10 pcs jus buah.....	26
Tabel 3.7 Rekapitulasi Biaya/Modal	26
Tabel 4.1 Kepuasan Pelanggan Alief Juice	28
Tabel 4.2 Faktor Pembobot Harapan Pelanggan Alief Juice.....	28
Tabel 4.3 Indeks Kepuasan Pelanggan Alief Juice.....	29
Tabel 4.4 Laporan Penjualan Produk Alief Juice	30

**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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Alief Jus	12
Gambar 3.2 Label Kemasan Alief Jus.....	13
Gambar 3.3 Jenis Produk yang dibutuhkan responden	17
Gambar 3.4 <i>Flowchart</i> Penjualan	21
Gambar 4.1 Rekapitulasi Penjualan Per Bulan.....	32
Gambar 4.2 Rekapitulasi Penjualan Semester 5	33
Gambar 4.3 Rekapitulasi Penjualan Semester 6	33





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

Gambar 4.1 Foto Pelanggan Alief Jus 1	38
Gambar 4.2 Foto Pelanggan Alief Jus 2.....	38
Gambar 4.3 Foto Pelanggan Alief Jus 3.....	38





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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat pasca pandemi meningkat secara signifikan. Mengonsumsi nutrisi alami dari buah kini menjadi kebutuhan pokok untuk menjaga imunitas di tengah mobilitas yang tinggi. Hal ini sejalan dengan Pedoman Gizi Seimbang (Kemenkes RI, 2014) yang menekankan pentingnya asupan vitamin harian melalui sari buah. Fenomena ini membuka peluang besar bagi bisnis minuman kesehatan, termasuk bagi unit usaha Alief Jus. Mahasiswa dengan jadwal akademik padat seringkali sulit mengonsumsi buah secara rutin karena alasan praktis. Kondisi ini membuat mahasiswa rentan mengalami penurunan imunitas akibat kurangnya asupan vitamin harian di tengah aktivitas perkuliahan yang padat. Oleh karena itu, diperlukan alternatif minuman yang tidak hanya praktis dan terjangkau, tetapi juga benar-benar memberikan manfaat kesehatan yang nyata bagi konsumen di lingkungan kampus. Sementara itu, pasar didominasi minuman tinggi gula dan pewarna buatan. Kesenjangan (*gap*) antara tingginya kebutuhan nutrisi dengan keterbatasan minuman sehat yang terjangkau di lingkungan PNJ inilah yang menjadi dasar operasional Alief Jus. Penulis berupaya menghadirkan solusi minuman bergizi yang sesuai dengan preferensi dan daya beli mahasiswa.

Keberhasilan Alief Jus bergantung pada analisis kebutuhan konsumen. Mengingat setiap pelanggan memiliki selera yang dinamis, identifikasi kebutuhan menjadi langkah awal agar produk yang ditawarkan tepat sasaran. Kesesuaian produk menjadi variabel krusial, hal ini menunjukkan bahwa spesifikasi produk harus selaras dengan ekspektasi pelanggan. Jika terjadi ketidaksesuaian antara harapan dan realita produk, hal tersebut akan langsung berdampak pada penurunan tingkat kepuasan pelanggan.

Kepuasan merupakan kunci utama untuk membangun loyalitas dan pembelian ulang (*repurchase*). Penulis melihat perlunya evaluasi mendalam apakah strategi *Marketing Mix 7P* dan STP yang diterapkan Alief Jus sudah efektif memenuhi ekspektasi tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut, 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

menyusun Tugas Akhir dengan judul: Analisis Kebutuhan Konsumen, Kesesuaian Produk, dan Kepuasan Pelanggan pada Usaha Minuman Alief Jus.

1.2 Tujuan Penulisan

Tujuan tugas akhir ini yaitu:

1. Untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen terhadap produk minuman jus buah pada usaha Alief Jus.
2. Untuk menganalisis kesesuaian produk Alief Jus dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.
3. Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan Alief Jus.
4. Untuk memberikan rekomendasi perbaikan atau pengembangan produk Alief Jus berdasarkan hasil analisis kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

1.3 Manfaat Penulisan:

Hasil dari penulisan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik secara praktis maupun akademis, sebagai berikut:

Bagi Penulis

- a. Menambah wawasan dan pengalaman langsung dalam mengaplikasikan manajemen pemasaran, khususnya strategi 7P dan STP pada usaha riil.
- b. Mengasah kemampuan analisis dalam memecahkan masalah terkait kebutuhan dan kepuasan pelanggan di lapangan.

Bagi Masyarakat

- a. Mendorong masyarakat untuk lebih sadar akan pentingnya mengonsumsi minuman sehat dari bahan alami.
- b. Membantu masyarakat mendapatkan pilihan minuman yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.



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

Bagi Politeknik Negeri Jakarta (Kampus)

- a. Sebagai tambahan referensi literatur di perpustakaan PNJ, khususnya bagi mahasiswa Jurusan Manajemen Pemasaran yang akan Menyusun tugas akhir dengan topik serupa.
- b. Menunjukkan kontribusi nyata mahasiswa PNJ dalam pengembangan usaha mikro di lingkungan sekitar kampus.

1.4. Metode Penulisan

Penulisan tugas akhir ini menggunakan metode deskriptif, yaitu metode yang bertujuan untuk memaparkan dan menjelaskan keadaan nyata pada usaha Alief Jus. Adapun sumber data yang digunakan dalam penulisan ini yaitu:

1. Data Primer

Data yang diambil langsung oleh penulis dari sumbernya. Dalam hal ini, data diperoleh melalui pengamatan (observasi) penjualan, wawancara dengan pemilik usaha, serta penyebaran kuesioner kepada pelanggan Alief Jus di lingkungan PNJ. Pengumpulan data primer ini difokuskan untuk menggali informasi mendalam mengenai kebutuhan konsumen, kesesuaian produk, serta tingkat kepuasan pelanggan terhadap Alief Jus."

2. Data Sekunder

Data pendukung yang diperoleh dari dokumen yang sudah ada. Data ini meliputi catatan riwayat penjualan harian Alief Jus, daftar menu, serta teori-teori dari buku manajemen pemasaran dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

1.5. Sistematikan Penulisan Laporan Tugas Akhir

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

Bab I Pendahuluan

berisi latar belakang, tujuan, manfaat penulisan, dan metode yang digunakan.

Bab II Metode Penulisan



© 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

menjelaskan pendekatan penyusunan laporan serta sistematika penulisan.

Bab III Profil Usaha

memberikan gambaran umum Alief Jus, visi misi, target pasar, dan keunggulan produk.

Bab IV Pembahasan

menguraikan proses produksi, strategi pemasaran, analisis SWOT, struktur organisasi, hingga estimasi biaya dan keuntungan

Bab V Penutup

berisi kesimpulan serta saran pengembangan usaha di masa depan.



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 V PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data kuesioner, serta evaluasi laporan keuangan usaha Alief Juice pada semester 5 dan semester 6, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. **Kebutuhan Konsumen:** Kebutuhan utama konsumen terhadap produk minuman jus buah Alief Juice teridentifikasi sangat bertumpu pada tiga komponen utama, yaitu rasa, harga, dan kemasan. Tingkat kepentingan tertinggi berturut-turut adalah komponen Rasa (3,78), Kemasan (3,73), dan Harga (3,69).
2. **Kesesuaian Produk:** Produk Alief Juice dinilai telah sesuai dan berhasil memenuhi harapan konsumen. Hal ini dibuktikan dari analisis selisih (*gap*) kinerja terhadap kepentingan yang seluruhnya bernilai positif, yaitu pada komponen Harga (+0,13), Rasa (+0,05), dan Kemasan (+0,04).
3. **Tingkat Kepuasan Pelanggan:** Tingkat kepuasan pelanggan terhadap Alief Juice secara keseluruhan berada pada kategori Sangat Baik/Puas. Hal ini dibuktikan dari perolehan rata-rata kinerja pada komponen Harga (3,82), Rasa (3,73), dan Kemasan (3,69), serta diperkuat oleh perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Index*) yang menghasilkan Skor Kepuasan Tertimbang sebesar 3,72.
4. **Rekomendasi Perbaikan dan Pengembangan:** Rekomendasi difokuskan untuk mempertahankan keunggulan pada aspek harga dan kualitas rasa yang menjadi pemuas utama pelanggan. Dari sisi finansial, usaha direkomendasikan untuk terus menjaga efisiensi HPP guna mempertahankan pertumbuhan margin keuntungan bersih dari 36,3% pada semester 5 menjadi 38,8% pada semester 6 demi keberlanjutan bisnis jangka panjang.



5.2. Saran

Untuk meningkatkan performa dan keberlanjutan usaha Alief Jus, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Peningkatan Kualitas Konten Visual: Disarankan agar Alief Jus mulai menggunakan template desain yang lebih modern dan konsisten pada media promosi digital. Penggunaan tipografi dan komposisi warna yang tepat akan membantu menghilangkan kesan "polos" dan meningkatkan daya tarik produk di mata calon konsumen.
2. Variasi Menu Berdasarkan Tren: Mengingat selera mahasiswa yang dinamis, disarankan untuk melakukan inovasi menu musiman atau menu *best seller* yang dikombinasikan (misal: *mix-juice*) untuk menjaga antusiasme pelanggan.
3. Penyusunan Database Pelanggan: Penulis menyarankan agar Alief Jus lebih tertib dalam mendata testimoni dan masukan pelanggan sebagai bahan evaluasi rutin, sehingga kualitas pelayanan dapat terus terjaga sesuai dengan standar kepuasan 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

Azra, D. M. (2025). *Tingkat Kepuasan Pelanggan, Penjualan dan Strategi Pemasaran Penjualan Keripik Bawang Azra Snack*. Depok: PNJ Press.

Christine, C., & Budiawan, W. (2017). Analisis pengaruh marketing mix (7P) terhadap minat beli ulang konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1).

Dany, M. D. (2024). *Strategi Pemasaran, Penjualan, dan Kepuasan Konsumen Susu Jelly Sweat Dreamy*. Depok: PNJ Press.

Fensynthia, G. (2024). *Manfaat Jus Buah bagi Kesehatan Tubuh*. Alodokter. Diakses pada 2 Maret 2026, dari <https://www.alodokter.com/ketahui-10-manfaat-jus-buah-bagi-kesehatan-dan-cara-sehat-membuatnya>

Fajar, M., & Nurhadi, N. (2015). Strategi pemasaran UMKM berbasis digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 45–60. Universitas Negeri Yogyakarta.

Kemkes RI. (2024). *Memaksimalkan Manfaat Jus Buah*. Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan - Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Diakses pada 2 Maret 2026, dari https://keslan.kemkes.go.id/view_artikel/436/memaksimalkan-manfaat-jus-buah

Kotler, P., Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing*. (New Delhi: Pearson).

Kotler (2000) Membangun Kepuasan Pelanggan Dengan Melakukan Customer Understanding. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing* (9th ed.). Prentice Hall.

Kotler, P., Keller, K.L. 2022 *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Kotler dan Keller (2016) Implementasi Digital Marketing Pada Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2369-2378.

Kotler dan Keller, (2018), *Marketing Management, 15th. Edition, Pearson Prentice Hall, Inc. New Jersey*

kotler dan Keller (2012) Nasution, D. A. F., Saputri, A. H., Hambali, R., & Suhairi, S. (2023) Implementasi Digital Marketing Pada Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2369-2378.

Kasali (2001: 371) Implementasi Digital Marketing Pada Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2369-2378.

Maulida (2025). *Tingkat Kepuasan Pelanggan, Penjualan dan Strategi Pemasaran Penjualan Keripik Bawang Azra Snack*. Depok: PNJ Press.

Musyafa. (2024). *Strategi Pemasaran Produk UMKM* (ed. ke-2). Jakarta: Penerbit Mandiri.

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



© 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

Noviyanti, H. H., Elza, I., & Joko, S. (2019). *PENGARUH VARIASI JUMLAH BROKOLI (Brassica oleracea L. var. italica) DENGAN PENAMBAHAN JERUK NIPIS (Citrus aurantifolia) PADA JUS SEBAGAI MINUMAN FUNGSIONAL TERHADAP SIFAT FISIK, SIFAT ORGANOLEPTIK, AKTIVITAS ANTIOKSIDAN, DAN KADAR SERAT PANGAN* (Doctoral dissertation, Poltekkes Kemenkes Yogyakarta).

Nasution, D. A. F., Saputri, A. H., Hambali, R., & Suhairi, S. (2023). Implementasi Digital Marketing Pada Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2369-2378.

Nuryudayatun, S. (2013). Membangun Kepuasan Pelanggan Dengan Melakukan Customer Understanding. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2).

Nirwana (2004;47) Sukotjo, H., & Radix, S. A. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216-228.

Tjiptono (2012) Nasution Implementasi Digital Marketing Pada Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2369-2378.

Walean, R. H., Harianja, H., & Karwur, E. N. (2020). Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen di Carrefour Transmart Kawanua. *Klabat Journal of Management*, 1(2), 20-40.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta mi

LAMPIRAN – LAMPIRAN



Gambar 4.1 Foto Pelanggan
Alief Jus



Gambar 4.2 Foto Pelanggan
Alief Jus 2



Gambar 4.3 Foto Pelanggan
Alief Jus 3



© 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

Bukti Lembar bimbingan

LEMBAR BIMBINGAN

NIM : 2308311016
 Nama : AIZEF Najmi Sheehan
 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
 Nama Dosen Pembimbing : Tika Dwi Ariyanti, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Tanggal	Materi Bimbingan	Tanda Tangan
16 Februari 2026	Revisi TA Bab 1, 2, 3, 4	
23 Februari 2026	Menyicil TA	
2 Maret 2026	Memperbaiki Bab 2	
9 Maret 2026	Memperbaiki judul	
6 April 2026	menambahkan nomor halaman	
13 April 2026	menambahkan footnote	
19 April 2026	menambahkan footer	
20 April 2026	Mengirim hasil revisi ke email	
22 April 2026	menyicil Bab 5	
23 April 2026	menyelesaikan Bab 5	
24 April 2026	menambahkan foto & lampiran	
19 Mei 2026	memperbaiki Daftar isi, gambar, tabel, lampiran	

Menyetujui KPS D3 Manajemen Pemasaran - WNBK
 Depok, 22 April 2026

 Innas Rovino Katurini S.Hut, M.M.
 NIP. 198811142019121001