



© 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



Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan, dan Strategi Pemasaran Pada Produk Alsha Mbull

Disusun oleh :

Alsha Shabillah

2208311012

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

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



© 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



Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan, dan Strategi Pemasaran Pada Produk Alsha Mbull

Disusun oleh :

Alsha Shabillah

2208311012

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
UNTUK WARGA NEGARA BERKEBUTHAN 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBARAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis didalam laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atas seluruhan. Pendapat gagasan atau temuan orang lain yang terdapat dilaporan tugas akhir ini telah saya kutip dan saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah

Nama : Alsha Shabillah

Nim : 2208311012

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

LEMBARAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Alsha Shabillah

NIM : 2208311012

Program Studi : D-3 Manajemen Pemasaran

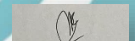
Judul Laporan Tugas Akhir: Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan, dan Strategi Pemasaran Pada Produk Alsha Mbull

telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang di perlukan untuk memperoleh gelar ahli madya pada program studi D-3 manajemen pemasaran jurusan akuntansi politeknik negeri jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Innas Rovino Katuruni, S.Hut., M.M. ()

Anggota Penguji : Kristin Lukitaningrum, S.Pd., M.M ()

Anggota Penguji : Rahma Nur Praptiwi S.Si., M.M. ()

DISERAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 8 Juli 2025

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Ketua Jurusan Akuntansi



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

NIP 197009131999031002



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Nama : Alsha Shabillah
Nomor Induk Mahasiwa : 2208311012
Jurusan / program studi : Akuntansi / D-3 Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Tugas Akhir : Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan, dan Strategi Pemasaran Pada Produk Alsha Mbull

Disetujui oleh :

Pembimbing

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

NIP.198801132018302001

**POLITEKNIK
NEGERI**
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



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 dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya sehingga penulisan dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “analisa tingkat kepuasan pelanggan, dan startegi ”. tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat kelulusan pada program studi Diploma 3 Manajemen Pemasaran, jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta. Penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin 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
3. Bapak Innas Rovino Katuruni,S.Hut., M.M., selaku Kepala Program Studi D-3 Manajemen Pemasaran
4. Ibu Rahma Nur Praptiwi, S.Si., M.M selaku pembimbing tugas akhir yang dengan sabar telah memberikan bimbingan,saran, serta motivasi selama proses penyusunan tugas akhir
5. Seluruh dosen dan staf akademik di Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu dan dukungan selama masa perkuliahan.
6. Orang tua dan keluarga yang memberikan doa, dukungan, dan motivasi.
7. Teman-teman mahasiswa D-3 Manajemen Pemasaran, jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta yang telah berbagi pengalaman dan kebersamaan selama masa studi.

Penulisan menyadari bahwa karya tulis ini belum sempurna,sehingga penulisan mengharapkan saran dan kritik membangun dari melalui e-mail alsha.shabilla.ak22@mhsw.pnj.ac.id. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi seleruh pihak.

Depok, 8 Juli 2025

Penulis

Alsha Shabillah



© 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 : Alsha Shabillah

Nim : 2208311012

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 Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty
Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan,dan Strategi Pemasaran Pada Produk Alsha
Mbull

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini politeknik negeri jakarta berhak
menyimpan,mengalih media atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk
pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama
tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak
Cipta

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 8 Juli 2025

Yang menyatakan

Alsha Shabillah



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

Alsha Shabilla, D-3 Manajemen Pemasaran: Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan, dan Strategi Pemasaran Pada Produk Alsha Mbull

Produk brownies dikemas dengan kotak kue aluminium 125ml. Tujuan penulisan tugas akhir adalah untuk mengetahui evaluasi strategi pemasaran produk brownies, tingkat penjualan produk brownies dan indeks kepuasan konsumen. Pengambilan data pada tugas akhir ini dari 18 Mei 2025 - 28 Mei 2025. Kuesioner kepuasan pelanggan dibuat menggunakan *Google Form* dan disebar pada bulan Mei 2025. Jumlah responden yang terkumpul sebanyak 42 orang. Data diolah menggunakan *Microsoft Excel*. Jumlah produk Brownies yang terjual sebanyak 181 buah. Total keuntungan yang didapatkan selama periode penjualan sebesar RP.1.810.000,-. Penjualan produk Brownies tertinggi adalah di bulan Januari 2025 sebesar 121 dan data terendah berada pada bulan November sebesar 10 buah. Indeks kepuasan Brownies Alsha Mbull adalah 94% sukses dalam memuaskan para pelanggannya yang berarti produk dapat diterima oleh para pelanggan.

Komponen yang diteliti antara lain: Rasa, Harga, Kemasan, Porsi sajian, Penampilan Penjual, Kemudahan Pembayaran, Kemudahan mendapatkan produk Berdasarkan hasil survei dari 7 komponen tersebut responden tidak puas terhadap komponen Harga.

Kata Kunci: Brownies, Bauran Pemasaran, Kepuasan Pelanggan, STP

ABSTRACT

Alsha Shabilla, D-3 Marketing Management: Analysis of Customer Satisfaction Levels and Marketing Strategies for Alsha Mbull Products

Brownies products are packaged in 125ml aluminum cake boxes. The purpose of writing the final assignment is to determine the evaluation of the brownie product marketing strategy, the level of brownie product sales and the consumer satisfaction index. Data collection in this final assignment from May 18, 2025 - May 28, 2025. The customer satisfaction questionnaire was created using *Google Form*. and distributed in May 2025. The number of respondents collected was 42 people. The data was processed using *Microsoft Excel*. The number of Brownies products sold was 181 pieces. The total profit obtained during the sales period was IDR 1,810,000. The highest sales of Brownies products were in January 2025 at 121 and the lowest data was in November at 10 pieces. The satisfaction index of Alsha Mbull Brownies is 94% successful in satisfying its customers which means that the product can be accepted by customers. The components studied include: Taste, Price, Packaging, Serving Portion, Seller Appearance, Ease of Payment, Ease of obtaining the product. Based on the survey results of the 7 components, respondents were not satisfied with the Price component.

Keywords: Brownies, Bauran Pemasaran Kepuasan Pelanggan, 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBARAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBARAN PENGESAHAN	iii
DEWAN PENGUJI	iii
DISERAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTASI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRCT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Penulisan	1
1.3. Manfaat Penulis	2
1.4. Metode Penulisan	2
1.5. Sistematika Penulis	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Brownies	4
2.2. Penjualan	4
2.3. Bauran Pemasaran.....	5
2.3.1. Produk (<i>Product</i>).....	6
2.3.2. Harga (<i>Price</i>).....	6
2.3.3. Tempat (<i>Place</i>)	7
2.3.4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	7
2.3.5. Orang (<i>People</i>).....	8
2.3.6. Proses (<i>Process</i>).....	8
2.3.7. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	9
2.4. <i>Segmentation, Targeting, And Positioning</i> (STP)	9
2.4.1 <i>Segmentation</i> (Segmentasi).....	10



© 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

2.4.2 Targeting (Target Pasar)	10
2.4.3 Positioning.....	11
2.5. Kepuasan Pelanggan	11
BAB III PROFIL DAN PELAKSANAAN USAHA	13
3.1 Profil Usaha	13
3.1.1. Jenis Usaha	13
3.1.2 Nama Usaha	13
3.1.3. Logo Usaha	14
3.1.4. Gambar Produk Berserta Label	14
3.2 Pelaksanaan Usaha	15
3.2.1 Perencanaan (<i>Business Plan</i>)	15
3.2.2 Pelaksanaan Usaha	25
3.2.3. Produksi, Penjualan, Dan Pemasaran	26
3.2.4. Saluran pemasaran	27
BAB IV PEMBAHASAN	33
4.1 Analisis Hasil Penjualan	33
4.2. Analisis Laporan Penjualan	34
4.3 Hasil Uji Pasar	35
4.4 Kepuasan Pelanggan	36
4.5. Identitas Responden	36
4.6 Analisis Survey Kepuasan Pelanggan	41
1.7 Faktor Pembobot Harapan Pelanggan.....	41
1.8 Indeks Kepuasan pelanggan.....	42
BAB V PENUTUPAN	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Peralatan yang dibutuhkan.....	17
Tabel 2 Perlengkapan yang dibutuhkan	17
tabel 3 <i>Fixed Coast</i> (biaya tetap).....	18
tabel 4 <i>variable corst</i> (biaya tidak tetap).....	18
tabel 5 peralatan yang dibutuhkan	19
tabel 6 perlekapan yang dibutuhkan	20
tabel 7 <i>fixed cost</i> (biaya tetap)	20
tabel 8 <i>variable cost</i> (biaya tidak tetap).....	21
tabel 9 Rekapitulasi biaya/modal investasi yang dibutuhkan untuk berjalan brownies	22
tabel 10 laporan brownies alsha mbull.....	33
Tabel 11 jenis kelamin responden	37
Tabel 12 usia responden.....	37
Tabel 13 domisili responden	37
Tabel 14 status repsonden	38
Tabel 15 pekerjaan responden.....	38
Tabel 16 pendapatan per bulan (bagi yang sudah berkerja) Responden.....	39
tabel 17 uang saku per hari (bagi mahasiwa) Responden	39
tabel 18 dimana mengetahui produk Brownies Alsha Mbul Responden.....	40
tabel 19 Berapa Kali Kamu Membeli Brownies Alsha Mbul Responden	40
tabel 20 Kepuasan Pelanggan brownies Alsha mbul	41
tabel 21 Faktor Pembobotan Harapan Pelanggan brownies alsha embull	41
Tabel 22 Indeks Kepuasan pelanggan brownies Alsha mbull.....	42

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 logo alsha mbull	14
Gambar 3.2 produk berserta tabel.....	14
Gambar 3.3 hasil survei pasar	16
Gambar 3.4 poster digital alsha mbull	23
Gambar 3.5 <i>flowchart</i> membuat brownies	26
Gambar 3.6 logo <i>instagram</i>	27
Gambar 3.7 Foto dan video yang ingin diposting.....	28
Gambar 3.8 Pilih foto yang ingin di posting	28
Gambar 3.9 tambah <i>caption</i> <i>instagram</i>	29
Gambar 3.10 sudah terposting di <i>instagram</i>	29
Gambar 3.11 logo <i>whatsapp</i>	30
Gambar 3.12 foto dan video yang ingin diposting	30
Gambar 3.13 foto dan video yang ingin di posting	31
Gambar 3.14 tambahkan <i>caption whatsapp</i>	31
Gambar 3.15 sudah terposting di status <i>whatsapp</i>	32
Gambar 4.16 rekapan penjualan per bulan.....	34
Gambar 4.17 kualitas rasa menurut responden.....	35
Gambar 4.18 kemasan menurut responden	35
Gambar 4.19 harga menurut responden	36



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

Brownies adalah salah satu camilan yang memiliki daya tarik tersendiri dengan tekstur yang lembut, rasa coklat yang kaya, dan aroma yang menggoda. Keunikan brownies terletak pada variasinya yang beragam, mulai dari *fudgy*, *chewy*, hingga *cakey*, serta berbagai topping seperti almond, atau *choco chips* yang semakin menambah kenikmatan. Memilih brownies sebagai produk jualan merupakan keputusan tepat karena camilan ini digemari oleh berbagai kalangan, dari anak-anak hingga orang dewasa. Selain itu, peluang bisnis brownies sangat menjanjikan, mengingat permintaannya yang terus meningkat, baik untuk konsumsi pribadi maupun sebagai hantaran dalam berbagai acara seperti ulang tahun, arisan, dan perayaan lainnya.

Strategi pemasaran yang tepat sangat penting agar brownies laku dan dikenal luas. Pemanfaatan media sosial, serta promo menarik seperti diskon atau *bundling* dapat meningkatkan daya tarik. Selain itu, menjaga kualitas rasa dan kemasan yang menarik juga berperan dalam membangun loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam keberhasilan bisnis brownies. Memberikan rasa yang lezat, kualitas yang konsisten, serta pelayanan yang ramah akan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Selain itu, kemasan yang menarik dan respons cepat terhadap masukan atau keluhan juga berperan dalam membangun loyalitas. Pelanggan yang puas tidak hanya akan kembali membeli, tetapi juga merekomendasikan produk kepada orang lain, sehingga membantu memperluas pasar secara alami.

1.2. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulis laporan tugas akhir adalah Sebagian berikut:

1. Mengetahui strategi pemasaran produk Brownies Alsha mbull
2. Mengetahui tingkat penjualan produk Brownies Alsha mbull
3. Mengetahui indeks kepuasan konsumen dan masukan terhadap produk makanan Brownies alsha mbull
- 4.



Hak Cipta :

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

1.3.Manfaat Penulis

Manfaat yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penulis :
 1. Dapat menambah wawasan dalam proses penjualan dan pemasaran makanan Brownies Alsha mbull
 2. Sebagai media pembelajaran terbuka untuk menerima saran dan kritikan dari masyarakat.
 3. Sebagian 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 dikalangan generasi muda.
 2. Dapat menjadi acuan bagi masyarakat untuk memiliki hidup yang prduktif dan berwirausaha.
 3. Sebagai acuan bagi masyarakat dalam mengembangkan jiwa wirausaha
- c. Bagi politeknik negeri Jakarta
 1. Sebagai referansi mahasiswa yang akan membuat tugas akhir
 2. Sebagai bentuk karya ilmiah diperpustakaan pliteknik negeri Jakarta

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



Hak Cipta :

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

1.5.Sistematika Penulis

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 :

1. BAB I PENDAHULUAN :

Bab pendahuluan berisi informasi tentang latar belakang penulisan laporan tugas akhir yang memaparkan dasar atau alasan tentang pemilihan bidang kajian tugas akhir, tujuan penulisan yang ingin dicapai, manfaat penulisan, Metode penulisan, serta sistematika penulisan yang memberikan gambaran singkat isi bab yang menjadi bagian laporan tugas akhir.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA :

Tinjauan Pustaka berisi teori rujukan yang berhubungan dengan 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.

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 PENUTUPAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada Tugas Akhir ini adalah

1. Evaluasi pemasaran berdasarkan bauran pemasaran 4P yaitu:
 - A. **Produk:** Berdasarkan hasil survei kepuasan pelanggan brownies alsha mbull mampu memuaskan 94%. Dapat disimpulkan bahwa produk diterima oleh para pelanggan. Komponen yang diteliti antara lain rasa, , harga, kemasan, porsi sajian, penampilan penjual, dan kemudahan pembayaran.
 - B. **Harga:** Berdasarkan hasil survei uji pasar, responden merasa harga sudah sesuai, walaupun disurvei kepuasan pelanggan responden merasa belum puas dengan harga yang ditetapkan sehingga dapat disimpulkan butuh peninjauan harga agar sesuai dengan target pasar brownies alsha mbull .Target pasar brownies alsha mbull adalah civitas akademika Politeknik Negeri Jakarta dan warga sekitar rawa belong.
 - C. **Tempat:** Tempat berjualan produk brownies alsha mbull antara lain di sekitar lingkungan PNJ, rawa belong dan bazar yang diselenggarakan oleh jurusan akuntansi PNJ.
 - D. **Promosi:** Promosi di lakukan 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.
6. Jumlah produk brownies alsha mbull yang terjual sebanyak 181 buah. Total keuntungan yang didapatkan selama periode penjualan sebesar RP.1.810.000
7. Indeks kepuasan brownies alsha mbull adalah 94% sukses dalam memuaskan para pelanggannya



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

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 *whatsapp* atau *instagram* bisnis





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

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2021) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa. Alexander Sindoro dan Benyamin Molan.
- Anderson, E.W., Claes Fornell, and R. Lehmann .1994. Customer Satisfaction Market Share, and Profitability: Finding from Sweden. Journal of Markerting. Vol. 58, No. 1, pp. 53-56
- Anonim. 2020. Sejarah Brownies. <https://kampungkaleng.com/blog/sejarah-kue-brownies/> Didownload pada tanggal 4 Maret 2025
- Anindita, R., dan Setyowati, P. B. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) Terhadap Kepuasan
- Abdullah. (2017). Bauran Promosi, Sari Kuliah, Satu Nusa, Bandung
- Assrianti dan Bake. (2016). Bauran Promosi, Sari Kuliah, Satu Nusa, Bandung
- Musa. (2016). Bauran Promosi, Sari Kuliah, Satu Nusa, Bandung
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. 2000. Quality, satisfaction, and behaviour intentions. Annals of Tourism Research, 27(3) 785-804
- Dany, Muhammad Dhiarafi. 2024. Strategi Pemasaran, Penjualan, dan Kepuasan Konsumen Susu Jelly Sweat Dreamy. Depok: PNJ Press.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2018). Principles of Marketing, 17th Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Fecikova, I. (2010). An index method for measurement of customer satisfaction. TQM Magazine, 16 (1), 57-68.
- Hintze, Stephanie (2015). *Value chain marketing*, springer London
- 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 Univesitas Sam Ratulangi, Vol 9.
- Kotler dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler P. (2004). Principles of Marketing. 1st Edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). Marketing Management (Millenium Edition ed.). Prentice-Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). Manajemen Pemasaran. PT Indeks.



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, Philip, 2000, Marketing Management: Analysis Planning, Implementation, and Control, The Millenium Edition Printice-Hall. Inc, New Jersey.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip.2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia
- Kotler,Philip,& Amstrong, Gary 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan
- Lupiyoadi & Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2018). *Principles of Marketing*, 17thEdition, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15thEdition, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Omppanen, J. M. 2021 . *Segmentation, Targeting & Positioning (STP)*.
- Pomering, A. (2017). *Marketing for sustainability: Extending the conceptualisation of the marketing mix to drive value for individuals and society at large. Australasian Marketing Journal*
- Prasetyo, A., & Susanti, R. (2016). *Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada PT. Cahaya Sejahtera Sentosa Blitar. Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*.
- Priansa, Donny J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis. Kontemporer*
- Primus, Josephus. 2023. *Sejarah Brownies, Lezat Gegara Bantat*.
<https://www.kompas.com/stori/read/2023/02/11/230000879/sejarah-brownies-lezat-gegara-bantat>. Didownload pada tanggal 1 Maret 2025
- Sahabuddin, Romansyah. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa: Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Industri Perbankan*. Pustaka Taman Ilmu
- 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.



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

Sunyoto. (2017). Strategi pemasaran. Penerbit Andi, Yogyakarta

Kotler, P., dan Armstrong, G., (2018). Principles of Marketing, 17th Edition, New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). Marketing Management, 15th Edition, New Jersey: Pearson Education, Inc. Tjiptono, Fandy. 2000. Manajemen Jasa, Edisi kedua. Andy Offset, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2007, Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga Desember diterbitkan oleh Bayu Media Publisng, Malang Jawa Timur.

Tjiptono, Fandy. 2008 .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset

Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta,

Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.

Tjiptono, Fandy. 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima.

Othman, B., Harun, et al. (2020). Effects of service Marketing Mix on Umroh Customer Satisfaction: Empirical Study on Umroh Traveling Industry in Malaysia.

Yusman & Yateno. (2021). Pengaruh Bukti Fiksi, Keandalan, dan Jaminan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan Digital Payment Dana pada Mahasiswa FEB UM Metro.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran



Bazar Di Kampus



Sekitaran Dirumah