

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Daud, A. (2016). Pengaruh inovasi layanan dan keunggulan posisional pada kinerja pemasaran. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 66-78.
- Effendy, Aidil Amin. "Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan." *Jurnal Ilmiah FEASIBLE: Bisnis, Kewirausahaan dan Koperasi*, No. 1, Vol. 1 (2019).
- Hasan, M., & Dinar, M. (2020). Strategi Bauran Pemasaran Usaha Roti Maros Salenrang Di Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(02), 86-93.
- Hendra Fure. 2013. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramdia Pustaka Utama.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga Belas. Jilid 1.
- Kotler, P. Armstrong, G, dan Bob Sabran (2014). *Principles of Marketing*. Boston: Pearson.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2016). *Marketing Mix*. Boston: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Bauran Pemasaran*, Edisi Kelima Belas: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kelima Belas. Erlangga.
- Lengkong, Fyolanda dkk. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Eceran (Retail Marketing Mix) Yang Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Matahari Dept. Store MTC Manado)," No. 3, Vol. 5 (2017).
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Nurseto, S. (2018). Pengaruh saluran distribusi dan promosi terhadap kinerja pemasaran (Studi Kasus pada UKM furniture Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 103-107.
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 1-12.
- Priansa, Donni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Cet. 1. Bandung: Pustaka Setia, 2017.

- Rachmawati, Rina. 2014. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, No. 2, Vol. 2.
- Sabhan Echdar. 2015. *Peneitian Manajemen dan Bisnis*: Erlangga.
- Siti. Chairunnisa. 2013. Analisis Strategi Pengembangan Usaha. *Jurnal Riset Sains Manajemen*. Vol. 2.
- Stantanton dan Syahbuddin. 2017. *Bauran Pemasaran Produk*: Erlangga.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan kualitatif kuantitatif pendekatan kualitatif kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan kualitatif kuantitatif pendekatan kualitatif kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Wawo, F. L., Lapian, J., & Kawet, R. (2016). Analisis Kualitas Produk, Promosi Dan Distribusi Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Daya Adicipta Wisesa (Honda) Watutumou. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(3).

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

BIODATA

Identitas Diri

Nama : Marina Kadir
Tempat, Tanggal Lahir : Maros, 25 September 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl. Sahabat 5 Pondok HS Kec. Tamalanrea, Kota Makassar
Domisili : Jl. Pendidikan Barandasi Lingk. Lemo- Lemo, Kel. Maccini Baji, Kecamatan Lau, Kabupaten Maros
No. Telepon : 081 241 682 902 (WA)
E-mail : marinakadir25@gmail.com

Riwayat Pendidikan

A. Pendidikan Formal

1. 2007 - 2013 : SDN 160 Inpres Lemo- Lemo
2. 2013 - 2016 : SMPN 2 Unggulan Maros
3. 2016 - 2019 : SMAN 3 Maros
4. 2019 – 2023 : Universitas Hasanuddin

B. Pendidikan Non Formal

1. 2019 : Pelatihan *Basic Learning Skill, Character and Creativity (BALANCE)* Universitas Hasanuddin.

Pengalaman Organisasi

1. Pengurus Himpunan Pemuda Pelajar Mahasiswa Indonesia Maros (HPPMI) Maros Periode 2021-2022
2. Pengurus Ikatan Duta Anti Narkoba Kab. Maros Periode 2020-2021

3. Pengurus Forum Ekonomi Islam (FoSEI) Universitas Hasanuddin
Periode 2020-2021
4. Anggota Lembaga Debat Hukum dan Konstitusi (LEDHAK)
Universitas Hasanuddin tahun 2020

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar, 01 Februari 2023



Marina Kadir

LAMPIRAN 2

Alat Pengumpul Data (APD)
ANALISIS PERAN BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN ROTI MAROS (Studi Kasus
Roti Maros Salenrang)

A. Interview/ Wawancara

1. Wawancara kepada Pemilik Usaha Roti Maros Salenrang

- a. Sejak kapan Roti Maros Salenrang didirikan?
- b. Bauran Produk:
 - 1) Varian roti apa saja yang dijual di Roti Maros Salenrang ini?
 - 2) Berapa lama daya tahan produk setelah diproduksi?
 - 3) Bagaimana cara Anda membangun citra atau identitas produk dibenak konsumen?
 - 4) Bagaimana kemasan yang Anda gunakan, apakah Anda mencantumkan informasi yang berkaitan dengan produk pada kemasan tersebut?

C. Bauran Harga

1. Berapa harga tiap produk yang Anda berikan kepada konsumen?
2. Apakah Anda sudah memberikan harga sesuai dengan kualitas/ mutu produk yang ditawarkan?

3. Menurut Anda, apakah harga yang diberikan untuk konsumen sudah terjangkau dan mampu bersaing dengan harga yang ditawarkan pesaing?
4. Apakah dengan harga yang diberikan tersebut mampu meningkatkan jumlah pelanggan dan mampu memperoleh laba yang maksimal?

d. Bauran Tempa/ Saluran Distribusi

- 1) Siapa sasaran konsumen yang Anda tuju
- 2) Bagaimana cara Anda menyalurkan produk ke konsumen?
Apakah ada pihak lain yang membantu mendistribusikan produk tersebut?
- 3) Menurut Anda dari saluran distribusi yang Anda gunakan, manakah saluran distribusi yang lebih efektif untuk menyalurkan produk yang ditawarkan?
- 4) Bagaimana Anda memberikan kenyamanan kepada pembeli ketika datang secara langsung ke tempat produksi?

E. Bauran Promosi

- 1) Bagaimana Anda memperkenalkan produk ke konsumen?
- 2) Strategi promosi apa yang Anda gunakan dan sejauh mana perkemangan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan setelah dilakukan starategi tersebut?

- 3) Apakah Anda menerapkan promosi penjualan berupa pemberian harga khusus atau potongan harga jika konsumen melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak?
- 4) Apakah selama ini bauran promosi yang Anda gunakan efektif?

2. Wawancara kepada konsumen

- 1) Sejak kapan Anda menjadi konsumen disini?
- 2) Apakah Anda sering membeli Roti Maros Salenrang ini?
- 3) Apa yang mendasari Anda untuk membeli Roti Maros Salenrang?
- 4) Varian apa yang menjadi favorit Anda?
- 5) Darimana Anda memperoleh informasi tentang keberadaan lokasi produksi sekaligus pemasaran Roti Maros Salenrang ini?
- 6) Menurut Anda, apakah harga Roti Maros Salenrang ini murah?

Dokumentasi

Dokumentasi



