

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. 2022. Identifikasi etika bisnis islam dalam jual beli online dengan sistem reseller. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. 2 (1) : 51-58.
- Anfiant,. E. 2018. Pengaruh store atmosphere, lokasi, keragaman produk dan potongan harga terhadap keputusan pembelian konsumen kentucky fried chicken (KFC) cabang Ahmad Yani Padang. Skripsi. STKIP PGRI SUMBAR, Padang.
- Akbar, F. M., H. Wijoyo dan A. Wibowo. 2021. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan air mineral alfamart pada toko alfamart cabang cikokol. *Economic, Business, and Management Science Journal*. 1(1) : 29-39.
- Alfarisi, M. S. 2017. Preferensi masyarakat terhadap pembelian produk makanan halal di dusun mlangi Yogyakarta. Tesis Universitas Islam Indonesia.
- Alfiyah. 2013. Pembangunan aplikasi e-commerce pada toko boneka moon di bandung. Skripsi. Universitas Komputer Indonesia.
- Budhi, I. G. K. T. P., dan Sumiari. 2017. Pengukuran customer satisfaction index terhadap pelayanan di century gym. *Jurnal Ilmiah Sisfotenika*. 7(1) : 25-37.
- Cahyaningsih, O. 2016. Faktor yang memengaruhi penggunaan konsum pada laki-laki berisiko tinggi dalam mencegah penularan HIV/AIDS. Penerbit NEM : Pekalongan.
- Chrisna dan W. Dewi. 2016. *Identification of perfectly pasteurization process by total microorganisms and levels of protein and lactose content in pasteurized milk packed by diary industry and home industry in Batu City*. *Majalah Kesehatan FKUB*. 3(3) : 144–151.
- Deviyanti, Y., R. I. Syawal., B. Harwindito., M. Purnamasari dan S. Novelia. 2022. Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk susu bear brand terhadap minat beli konsumen (studi kasus pada pt. Berito pangan makmur). *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*. 7(2) : 121-132.
- Dewi, L. S. 2018. Kajian ayanan perbankan syariah dalam menciptakan kepuasan nasabah penyimpan dalam upaya mengoptimalkan kondisi likuiditas. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*. 9(2) : 103-114.
- Dwiatmoko, H., Nabila., S. W. Mudjanarko dan I. Setiawan. 2020. Peran angkutan kereta api komuter dalam meningkatkan perekonomian di wilayah gerbang kartasusila. Penerbit Scopindo: Surabaya.
- Erika, D. A., S. I. Hidayat dan I. T. Amir. 2021. Persepsi dan minat masyarakat terhadap konsumsi susu. *Jurnal SEA*. 10(1) : 41-47.

- Fasya, D. A., dan Rahwana, K. A. 2020. Pengaruh kemasan dan cita rasa terhadap keputusan pembelian konsumen mie instan indomie (studi pada mahasiswa/i universitas perjuangan Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Perjuangan (JUMPER)*, 2(2), 167–176.
- Fitriani, N. 2019. Pengaruh promosi, pengetahuan dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan jasa rahn pada kantor Pt Pegadaian Syariah pasar baru Bantaeng. *Doctoral Disertasi, STIE Nobel Indonesia*.
- Febri, C. 2016. Eksplorasi preferensi konsumen business-to-business terhadap fleksibilitas kemasan, harga, dan rasa dalam pengembangan produk rengginang bumbuku. *Jurnal Manajemen dan Start up Bisnis*. 1 (2) : 201-206.
- Jailani, H. Y., V. P. Putra., D. P. Sari., N. Y. Sari., M. Syahfitra., F. Fitri., R. Aulia dan A. Ariliusra. 2023. Pelatihan desain dan packaging produk bagi siswa ekonomi lemah mtsn 2 payakumbuh. *Jurnal Abdidas*. 4(4) : 311-317.
- Hakim, R. A. 2022. Analisa pola pembelian konsumen di alfamart dengan menggunakan algoritma apriori. *Jurnal Desain dan Analisis Teknologi*. 2(2) : 193-199.
- Hadining, A. F. 2020. Analisis kepuasan pelanggan abc laundry dengan menggunakan metode service quality, importance performance analysis (ipa) dan customer satisfaction index (csi). *Jti Undip: Jurnal Teknik Industri*. 15(1) : 1-10.
- Iryantoro, L. 2021. Hubungan harga dengan keputusan pembelian aki pada toko rn accu di punggur, Lampung Tengah. *Doctoral Dissertation Universitas Muhammadiyah Metro*.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen pemasaran*. PT Indeks. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen pemasaran jilid 1-12* . PT Indeks. Jakarta.
- Kusumaningsih, D., Rusdah, A. Pudoli., Yulinawati., D. Setiono dan M. Safrullah. 2022. Sosialisasi pemanfaatan marketplace (shopee dan aplikasi grab) untuk menunjang pemasaran produk umkm di kampung marga jaya pakulonan. *Jurnal Artinara*. 1 (3) : 9-14.
- Latunreng, W., A. L. Arifin dan R. Vikaliana. 2022. *Budaya organisasi how organization can build employee's habits*. Penerbit IPB Press : Bogor.
- Mayasari, I. H. 2010. Analisis pengaruh citra supermarket terhadap loyalitas konsumen pada toko alfamart di boyolali. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret.
- Mahendra, M. M., dan Ardani, I. G. A. 2015. Pengaruh umur, pendidikan dan pendapatan terhadap niat beli konsumen pada produk kosmetik the Body Shop di kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 442-456.

- Majid, N. A. A. 2020. Mahasiswa dan kafetaria. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Muharastrri, Y. 2008. Analisis kepuasan konsumen susu uht merek real good di kota bogor. Skripsi Departemen Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian.
- Mulyono, S. 2004. Beternak ayam buras berorientasi agribisnis. Penebar Hadi Surakarta. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Mufidah, I. 2017. Variasi menu breakfast (studi deskriptif tentang variasi produk bakery pada menu breakfast di restoran pavilion hotel jw marriott surabaya). Thesisi. Universitas Airlangga.
- Musfar, T. F., H. Noviasari., dan Meilisa. 2021. Proses green purchase intention: industri kayu di pekanbaru. Penerbit Adab : Indramayu, Bandung.
- Nugraha, A. R., Zulkarnain, Z., dan Sulistyowati, L. 2017. Analisis tingkat kepuasan nasabah atas kualitas layanan m-banking dan dampaknya terhadap minat memiliki produk lain di pt bank riau kepri cabang utama pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*. 5(2) : 116-127.
- Nurmalina, R., dan E. P. Astuti. 2012. Analisis refrensi dan kepuasan konsumen terhadap beras di kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur. *Jurnal Sains Terapan Edisi 1*. 1(1) : 42-47.
- Nursetiowati, O. dan K. Dewi. 2023. Pentingnya penerapan metode fifo dalam meningkatkan standart kualitas bahan baku di hotel. *Jurnal Sains Manajemen*. 5(1) : 46-51.
- Nurqamarani, A. S., A. Juliana., S. Kuncoro., N. N. Isfarin. dan D. Juniadi. 2021. Peningkatan manajemen pemasaran melalui desain kemasan. Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Terbuka.
- Paramitha, C. C. P. 2015. Pengaruh kompetensi individu, orientasi, kewirausahaan dan pesaing dalam mencapai keunggulan bersaing melalui kualitas produk studi pada ukm furnitur di kota Semarang. *DeReMa Jurnal Manajemen*. 10(1) : 124-137.
- Purnomo, W. Dan D. Riandadari. 2015. Analisis kepuasan pelanggan terhadap bengkel dengan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) di Pt. Arina Parama Jaya Gresik. *Jurnal Teknik Mesin*. 3(3) : 54-63.
- Purnakarya, I., dan Azrimaidaliza. 2011. Analisis pemilihan makanan pada remaja di kota padang, sumatera barat. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*. 6(1) : 17-22.
- Rangian, M. C., R. S. Wenas dan D. C. A. Lintong. 2022. Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan brand ambassador terhadap keputusan

- pembelian konsumen pada produk ms glow skincare di kota Tomohon. Jurnal EMBA. 10(3) : 284-294.
- Rachel dan R. C. Adam. 2023. Analisis perilaku konsumen terhadap produk pangan kadaluwarsa: strategi pengurangan limbah makanan. Jurnal Kertha Semaya. 11(6) : 1224-1239.
- Riri, H., A. Trianto, dan Hendrich. 2019. Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa layanan go-ride pada bisnis jasa transportasi go-jek di Kota Palembang. Jurnal Manajemen dan Bisnis. 4(2) : 714-723.
- Rita., S. Wandrial dan R. Inderadi. Analisis pengaruh situasi, produk, individu pada perilaku membeli dan mengkonsumsi makanan ringan. Jurnal Binus Business. 6(1) : 153-168.
- Riyanto, S., dan A. R. Putera. 2022. Metode riset penelitian kesehatan dan sains penerbit deepublish : Yogyakarta.
- Robby, T. 2023. Loyalitas produk private label dari citra merek, citra toko dan lokasi di gerai afco fresh jombang. Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis. 7(1) : 9-19.
- Sari, P. 2020. Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. Jurnal Ilmiah Psikologi. 8 (1) : 147-155.
- Sanam, A. B., I. B. Swacita dan K. K. Agustina. 2014. Ketahanan Susu Kambing Peranakan Ettawah Post-Thawing pada Penyimpanan Lemari Es Ditinjau dari Uji Didih dan Alkohol. Jurnal Indonesia Medicus Ventericus. 3(1): 1–8.
- Sukardi dan C. Cholidis. 2006. Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk corned ptonas produk PT. CIP. Denpasar Bali. Jurnal Teknologi Industri Pertanian. 18(2) : 106-117.
- Supranto, S., F. Fudholi., M. H. Ruslan., M. Y. Othanan., M. Yahya., A. Zaharim dan K. Sopian. 2010. Experimental study of the double-pass solar air collector with staggered fins. WSEAS. 1(2) : 410-414.
- Sugiyono. 2012. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Suryawan, S dan D. Dharmayanti. 2013. Analisa hubungan antara experiential marketing, customer satisfaction dan customer loyalty cafe nona manis grand city mall Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran. 1(2) : 1-10.
- Tedjalaksana, F. 2017. Evaluasi tingkat kepuasan penumpang gerbong khusus wanita kereta api prambanan ekspress Yogyakarta-Solo (doctoral dissertation, Uajy).

- Tommy, S. R., dan M. Rahardjo. 2016. Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak Di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1) : 51-65.
- Utami, A., dan V. F. Sanjaya. 2022. Pengaruh tata letak gudang terhadap kelancaran distribusi barang ke konsumen di kantor cabang Alfamart Kotabumi . *Jurnal Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*. 3(1) : 01-10.
- Weenas, J. R. 2013. Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian *Spring Bed Comforta*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akutansi*. 1(4).
- Widodo, S. M. dan J. Sutopo. 2018. Metode customer satisfaction index (CSI) untuk mengetahui pola kepuasan pelanggan pada e-commerce model business to customer. *Jurnal Informatika UPGRIS*. 4(1) : 38-45.
- Wulan, M. I., B. A. Nugroho dan B. Hartono. 2013. Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk susu ultra high temperatur. Studi Kasus di Swalayan Persada Malang Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya.
- Yokho, W. 2012. Perancangan iklan layanan masyarakat tentang bahaya pewarna sintetis pada makanan bagi anak sekolah di semarang. Skripsi Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Yuanita, R., A. Dwijayanto dan W. A. Nugroho. 2020. Pemberdayaan Peternak Sapi Perah melalui Pelatihan Pembuatan Produk Susu Varian Rasa Di Pulung Ponorogo. *Indonesian Journal of Community Research and Engagement*. 3(1) : 205-214.
- Zeithaml, V.A. Bitner, Mary J. Gremler, Dwayne D. (2003), *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*, International Edition, 3th Editon. New York : Mc Graw Hill Companies. Inc.

## Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian



### KUISISIONER KEGIATAN PENELITIAN MAHASISWA

Muhammad Ichsan Nizar (I011201029) dengan tema penelitian “Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Fresh Milk Cimory Melalui Pembelian Langsung Di Alfamart Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar”

Pengambilan data ini di lakukan dengan tujuan untuk menyelesaikan skripsi, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana. Informasi yang di dapatkan dari survey ini akan dirahasiakan dan hanya akan digunakan untuk keperluan analisis. Setiap jawaban yang di berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi penelitian ini. Atas bantuan dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih

Hari/tanggal :

Identitas responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Pekerjaan :
4. Umur :
5. Pendidikan terakhir :
6. Alamat :
7. Pendapatan :

**Petunjuk : Berilah tanda silang (√) pada salah satu nilai yang Anda anggap lebih sesuai dengan kriteria sebagai berikut :**

Jawaban		Bobot
Kinerja/Kepuasan	Kepentingan/Harapan	
Sangat puas	Sangat penting	5
Puas	Penting	4
Cukup puas	Cukup penting	3
Kurang puas	Kurang penting	2
Tidak puas	Tidak penting	1

Setiap item pernyataan terdiri atas dua penilaian yaitu **Tingkat Kepentingan** dan **Tingkat Kinerja** yang di rasakan pelanggan produk *fresh milk* cimory di alfamart

No.	Pernyataan	Kepentingan/Harapan					Kinerja/Kepuasan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>1.</b>	<b>Kinerja</b>										
	a. Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki rasa yang lezat.										
	b. Minuman <i>fresh milk</i> cimory dapat diminum pada seluruh kelompok usia										
<b>2.</b>	<b>Fitur</b>										
	a. Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki variasi jenis rasa										
	b. Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki variasi jenis ukuran										
<b>3.</b>	<b>Konsistensi</b>										
	a. Rasa produk <i>fresh milk</i> cimory tidak berubah dari waktu ke waktu sama										
	b. Produk <i>fresh milk</i> cimory menjamin higienitas produk tidak berubah dari waktu ke waktu										
<b>4.</b>	<b>Kesesuaian</b>										
	a. Produk <i>fresh milk</i> cimory yang dijual memiliki kesesuaian cita rasa susu uht lainnya										

	b. Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki kesesuaian harga susu uht di pasaran																		
<b>5.</b>	<b>Daya Tahan</b>																		
	a. Produk <i>fresh milk cimory</i> memiliki masa kedaluwarsa yang lama																		
	b. Produk <i>fresh milk</i> cimory ketika dibuka tidak cepat basi																		
<b>6.</b>	<b>Estetika</b>																		
	a. Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki tampilan kemasan yang menarik																		
	b. Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki warna dan desain yang indah																		
<b>7.</b>	<b>Kualitas yang dirasakan</b>																		
	a. Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki kualitas produk yang baik sesuai yang diiklankan																		
	b. Produk <i>fresh milk</i> cimory menggunakan bahan baku berkualitas																		

Indikator penilain/kriteria sub variabel

No.	Sub Variabel	Kriteria tiap susb variabel			
1	Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki rasa yang lezat.	Manisnya pas	Terasa <i>creamy</i>	Terasa cita rasa susunya	Tambahan rasa seperti rasa coklat terasa
2	Minuman <i>fresh milk</i> cimory dapat diminum pada seluruh kelompok usia	Anak-anak	Remaja	Dewasa	Lansia
3	Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki variasi jenis rasa	Terdiri dua jenis rasa	Terdiri tiga jenis rasa	Terdiri empat jenis rasa	Terdiri lebih dari lima jenis rasa
4	Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki variasi jenis ukuran	Terdiri dua jenis ukuran	Terdiri tiga jenis ukuran	Terdiri empat jenis ukuran	Terdiri lebih dari lima jenis ukuran
5	Rasa produk <i>fresh milk</i> cimory tidak berubah dari waktu ke waktu sama	Pembelian kedua rasa tidak berubah	Pembelian ketiga rasa tidak berubah	Pembelian keempat rasa tidak berubah	Pembelian lebih dari 5 rasa tidak berubah
6	Produk <i>fresh milk</i> cimory menjamin higienitas produk tidak berubah dari waktu ke waktu	Produk masih tersegel	Kemasan selalu steril	Kemasan produk tidak cacat	Kemasan selalu bersih tanpa kotoran
7	Produk <i>fresh milk</i> cimory yang dijual memiliki kesesuain cita rasa susu uht lainnya	Memiliki rasa gurih yang khas	Aroma susu uht yang khas	Memiliki rasa yang seimbang sesuai ciri khas uht	Memiliki rasa creamy seperti susu uht lainnya
8	Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki kesesuain harga susu uht di pasaran	Harga kisaran ukuran Rp.3.000 sampai Rp.4.000	Harga kisaran Rp. 5.000 sampai Rp. 6.000	Harga kisaran Rp. 7.000 sampai Rp. 8.000	Harga kisaran Rp.9.000 sampai 10.000
9	Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki masa kedaluwarsa yang lama	Masa kedaluwarsa 6-7 bulan	Masa kedaluwarsa 8-9 bulan	Masa kedaluwarsa 10-11 bulan	Masa kedaluwarsa 1 tahun
10	Produk <i>fresh milk</i> cimory ketika dibuka tidak cepat basi	Bertahan selama satu hari	Bertahan selama dua hari	Bertahan selama tiga hari	Bertahan selama empat hari
11	Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki tampilan kemasan yang menarik	Mudah untuk dikenali	Tampilan kemasan unik	Kemasan yang praktis	Informasi tentang prouk jelas
12	Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki	Pemilihan warna yang	Menggunakan desain	Penggunaan desain font yang	Pemilihan desain mengedepankan

	warna dan desain yang indah	cerah		gambar yang indah	indah		keindahan
13	Produk <i>fresh milk</i> cimory memiliki kualitas produk yang baik sesuai yang diiklankan	Susu segar premium		Bergizi	Menjaga kesehatan jantung		Rasa yang <i>creamy</i>
14	Produk <i>fresh milk</i> cimory menggunakan bahan baku berkualitas	Rasa susunya terasa segar		Tekstur susunya kental	Menggunakan pemanis alami		Tidak mengandung pengawet buatan

---

Catatan : Jika tidak ada kriteria terpenuhi maka skor 1, satu kriteria terpenuhi skor 2, dua kriteria terpenuhi skor 3, tiga kriteria terpenuhi skor 4, dan empat kriteria terpenuhi skor 5.

## Lampiran 2. Identitas Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Umur	Pendidikan
1.	Akbar Lukman	Laki-laki	Wiraswasta	53	S1
2.	Wisnu	Laki-laki	Pelajar	17	SMP
3.	Abigail	Perempuan	Mahasisiwa	20	SMA
4.	Andi Muh Adrian	Laki-laki	Mahasiswa	20	SMA
5.	Budy	Laki-laki	Ojek online	32	SMA
6.	Febry	Laki-laki	Mahasiswa	20	SMA
7.	Ramadhani	Perempuan	Wiraswasta	20	SMA
8.	Hasanah	Perempuan	Wiraswasta	21	SMA
9.	Muh Arya	Laki-laki	Mahasiswa	21	SMA
10.	Ilham	Laki	Pelajar	17	SMA
11.	Romi	Laki-laki	Mahasiswa	20	SMA
12.	Apriyanti	Perempuan	Wiraswasta	21	SMA
13.	Fausi	Laki-laki	Mahasiswa	21	SMA
14.	Hidayat	Laki-laki	Karyawan	22	SMA
15.	Ashari	Laki-laki	Wiraswasta	30	S1
16.	Fitria	Perempuan	Wiraswasta	24	S1
17.	Muh. Faizal	Laki-laki	Wiraswasta	24	SMA
18.	Sriulfia	Perempuan	Mahasiswa	21	SMA
19.	Irwan	Laki-laki	ASN	36	S1
20.	Edi Sukardi	Laki-laki	Mahasiswa	22	SMA
21.	Astrid	Perempuan	Wiraswasta	23	SMA
22.	Sri Wahyuni	Perempuan	Mahasiswa	21	SMA
23.	Achmad Kadir	Laki-laki	Mahasiswa	22	SMA
24.	Ismi	Perempuan	Mahasiswa	21	SMA
25.	Irna	Perempuan	Mahasiswa	22	SMA
26.	Amalia Puji	Perempuan	Karyawan	23	S1
27.	Yusuf Aviv	Laki-laki	Mahasiswa	22	SMA
28.	Rangga	Laki-laki	Mahasiswa	21	SMA
29.	Marissa	Perempuan	Karyawan	25	S1
30.	Khisan	Laki-laki	Wiraswasta	23	S1
31.	Alif Arikun	Laki-laki	Pelajar	18	SMP
32.	Ratna Sari	Perempuan	Mahasiswa	22	SMA
33.	Annisa Zahransy	Perempuan	Mahasiswa	20	SMA
34.	Silvia	Perempuan	Mahasiswa	21	SMA
35.	Puput	Perempuan	Mahasiswa	20	SMA
36.	Ulan	Perempuan	Mahasiswa	21	SMA
37.	Inka Puteri	Perempuan	Mahasiswa	22	SMA
38.	Hasan Basrul	Laki-laki	Mahasiswa	21	SMA
39.	Ayu	Perempuan	Mahasiswa	22	SMA
40.	Abudzar Abdul	Laki-laki	Wiraswasta	24	S1
41.	IRNA	Perempuan	Mahasiswa	21	SMA
42.	Syahrina	Perempuan	Mahasiswa	22	SMA
43.	Yuni Syafa	Perempuan	Mahasiswa	21	SMA
44.	Muh. Adnan	Laki-laki	Mahasiswa	22	SMA

45.	Hasrianti	Perempuan	Mahasiswa	21	SMA
46.	Agung	Laki-laki	Wiraswasta	28	S2
47.	Alfatir	Laki-laki	ASN	25	S2
48.	Rezky	Laki-laki	Mahasiswa	21	SMA
49.	Badrul	Laki-laki	Mahasiswa	21	SMA
50.	St. Khaliza	Perempuan	Mahasiswa	21	SMA
51.	Surya	Perempuan	Mahasiswa	21	SMA
52.	Aulia	Perempuan	Mahasiswa	21	SMA
53.	Akbar Gunawan	Laki-laki	Wiraswasta	21	SMA
54.	Arif	Laki-laki	Mahasiswa	21	SMA
55.	Ahmad Tegar	Laki-laki	Karyawan	19	SMA
56.	Jasman	Laki-laki	Karyawan	30	SMA
57.	Adnan	Laki-laki	Pelajar	16	SMP
58.	Syahril	Laki-laki	Mahasiswa	21	SMA
59.	Diah Syakina	Perempuan	Mahasiswa	22	SMA
60.	Hasbulla	Laki-laki	Karyawan	28	D4
61.	Syefira	Perempuan	Karyawan	24	S1
62.	Nurbaya	Perempuan	Wiraswasta	55	SMA
63.	Nur Rahmat	Laki-laki	ASN	35	S1
64.	Linda	Perempuan	Karyawan	45	SMA

**Lampiran 3. Tabel Data Primer Kepentingan/Harapan (Yi)**

No.	Kinerja		Fitur		Konsistensi		Kesesuaian		Daya Tahan		Estetika		Kualitas	
	Produk fresh milk cimory memiliki rasa yang lezat	Minuman fresh milk cimory dapat diminum pada seluruh kelompok usia	Produk fresh cimory memiliki variasi jenis rasa	Produk fresh cimory memiliki variasi jenis ukuran	Rasa produk fresh milk cimory tidak berubah dari waktu ke waktu	Produk fresh cimory menjamin higienitas produk tidak berubah dari waktu ke waktu	Produk fresh milk yang dijual memiliki kesesuaian cita rasa uht lainnya	Produk fresh milk cimory memiliki kesesuaian	Produk fresh milk cimory memiliki masa kedaluwarsa yang lama	Produk fresh milk cimory ketika dibuka tidak cepat basi	Produk fresh milk cimory memiliki tampilan kemasan yang menarik	Produk fresh milk cimory memiliki warna dan desain yang indah	Produk fresh milk cimory memiliki kualitas produk yang baik sesuai yang diiklankan	Produk fresh milk cimory menggunakan bahan baku berkualitas
1	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	5	4
2	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	2	4	4
3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	2	2	5	4
4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
6	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3	2	5	5
7	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	2	5	5
8	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4
9	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	5	4
10	5	4	5	2	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5
11	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
12	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
13	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4
14	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
15	5	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	2	5	5
16	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
17	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4
20	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5
21	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
22	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
23	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	2	5	4
24	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
28	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4
29	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	2	5	4
30	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	3	5	5
31	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	2	5	4
32	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	4

## Lanjutan

33	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5
34	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	2	2	5	4
35	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4
36	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4
37	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	4
38	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
39	4	3	4	3	5	3	3	3	4	4	5	4	4	4
40	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4
41	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5
43	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
44	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4
45	5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5	4	4
46	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
47	5	4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	3	5	5
48	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
49	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
50	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4
51	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
53	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	3	5	4
54	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	3	5	4
55	4	5	3	3	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5
56	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	2	5	5
57	5	5	5	4	5	5	2	5	4	4	5	2	5	5
58	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4
59	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	2	4	4
60	4	4	5	5	5	5	2	5	5	4	5	4	5	5
61	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	4
62	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	2	5	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	5	5
<b>Total</b>	300	279	297	275	305	293	279	277	309	295	286	211	307	287
<b>Rata-rata</b>	4,69	4,36	4,65	4,30	4,77	4,58	4,36	4,33	4,83	4,61	4,47	3,30	4,80	4,48
<b>Rata-rata total</b>	4,47													

**Lampiran 4. Tabel Data Primer Kinerja/Kepuasan (Xi)**

No.	Kinerja		Fitur		Konsistensi		Kesesuaian		Daya Tahan		Estetika		Kualitas	
	Produk fresh milk cimory memiliki rasa yang lezat	Minuman fresh milk cimory dapat diminum pada seluruh kelompok usia	Produk fresh cimory memiliki variasi jenis rasa	Produk fresh cimory memiliki variasi jenis ukuran	Rasa produk fresh milk cimory tidak berubah dari waktu ke waktu	Produk fresh cimory menjamin higienitas produk tidak berubah dari waktu ke waktu	Produk fresh milk yang dijual memiliki kesesuaian cita rasa uht lainnya	Produk fresh milk cimory memiliki kesesuaian	Produk fresh milk cimory memiliki masa kedaluwarsa yang lama	Produk fresh milk cimory ketika dibuka tidak cepat basi	Produk fresh milk cimory memiliki tampilan kemasan yang menarik	Produk fresh milk cimory memiliki warna dan desain yang indah	Produk fresh milk cimory memiliki kualitas produk yang baik sesuai yang diiklankan	Produk fresh milk cimory menggunakan bahan baku berkualitas
1	5	3	5	2	5	5	5	4	4	2	5	5	5	5
2	5	2	5	1	5	5	4	4	5	2	5	5	5	5
3	5	1	5	2	5	5	4	4	5	2	5	4	5	4
4	5	2	5	1	5	5	4	5	4	2	5	4	4	4
5	5	2	5	1	5	5	4	4	5	2	3	4	4	4
6	5	3	5	3	4	4	4	3	5	2	5	5	5	5
7	5	2	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
8	5	4	5	3	4	4	4	3	5	3	5	4	4	4
9	5	5	4	3	5	4	3	5	5	2	5	5	4	4
10	5	4	5	2	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5
11	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4
12	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	5
13	5	3	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
14	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4
15	5	4	4	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5
16	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
17	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
18	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4
19	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
21	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
22	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
23	5	4	5	2	5	5	5	4	5	2	5	5	5	5
24	5	4	5	3	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
25	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
26	5	4	5	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
27	5	5	5	2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
28	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
29	5	4	5	3	5	5	5	5	5	2	5	4	5	4
30	5	5	5	2	5	4	5	4	5	3	5	5	4	4
31	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5

## Lanjutan

32	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	
33	5	4	5	3	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5
34	4	3	4	2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
35	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
36	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	5	3	4
37	4	3	5	3	4	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4
38	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
39	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4
40	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
41	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	5	5	5	5
42	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
43	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
44	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
45	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
46	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
47	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
48	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
49	4	4	5	3	5	5	4	5	5	3	4	5	4	4	3
50	3	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4
51	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
52	4	5	3	2	5	5	5	5	4	2	5	5	5	4	5
53	5	5	5	2	4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5
54	4	3	4	2	4	4	5	5	5	2	5	4	4	4	4
55	4	5	3	3	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5
56	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5
57	5	5	5	2	5	5	5	5	4	2	5	4	5	5	4
58	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3	5	3	4	4	4
59	4	4	4	4	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
60	4	4	5	2	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
61	5	4	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4
62	5	5	4	3	5	4	5	4	5	2	5	5	5	5	5
63	4	3	5	1	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
64	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
<b>Total</b>	292	255	290	202	299	292	294	285	298	217	314	295	293	287	
<b>Rata-rata</b>	4,56	3,98	4,53	3,16	4,67	4,56	4,59	4,45	4,66	3,39	4,91	4,61	4,58	4,48	
<b>Rata-rata total</b>	4,37														

## Lampiran 5. Hasil perhitungan metode Importance Performance Analysis (IPA)

Tingkat kesesuaian kepentingan dan kinerja produk *fresh milk* Cimory di Alfamart

1. Produk *fresh milk* cimory memiliki rasa yang lezat

$$\begin{aligned} \text{Tki} &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= \frac{293}{297} \end{aligned}$$

$$= 99\%$$

2. Minuman *fresh milk* cimory dapat diminum pada seluruh kelompok usia

$$\begin{aligned} \text{Tki} &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= \frac{254}{280} \end{aligned}$$

$$= 91\%$$

3. Produk *fresh milk* cimory memiliki variasi jenis rasa

$$\begin{aligned} \text{Tki} &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= \frac{291}{303} \end{aligned}$$

$$= 96\%$$

4. Produk *fresh milk* cimory memiliki variasi jenis ukuran

$$\begin{aligned} \text{Tki} &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= \frac{200}{279} \end{aligned}$$

$$= 72\%$$

5. Rasa produk *fresh milk* cimory tidak berubah dari waktu ke waktu

$$\begin{aligned} \text{Tki} &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= \frac{301}{305} \end{aligned}$$

$$= 99\%$$

6. Produk *fresh milk* cimory menjamin higienitas produk tidak berubah dari waktu ke waktu

$$\begin{aligned} \text{Tki} &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= \frac{293}{292} \end{aligned}$$

$$= 100\%$$

7. Produk *fresh milk* cimory yang dijual memiliki kesesuaian cita rasa susu uht lainnya

$$\text{Tki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

$$= \frac{294}{284}$$

$$= 104\%$$

8. Produk *fresh milk* cimory memiliki kesesuaian harga susu uht di pasaran

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

$$= \frac{287}{279}$$

$$= 103\%$$

9. Produk *fresh milk cimory* memiliki masa kedaluwarsa yang lama

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

$$= \frac{300}{308}$$

$$= 97\%$$

10. Produk *fresh milk* cimory ketika dibuka tidak cepat basi

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

$$= \frac{216}{298}$$

$$= 72\%$$

11. Produk *fresh milk* cimory memiliki tampilan kemasan yang menarik

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

$$= \frac{315}{288}$$

$$= 109\%$$

12. Produk *fresh milk* cimory memiliki warna dan desain yang indah

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

$$= \frac{297}{208}$$

$$= 143\%$$

13. Produk *fresh milk* cimory memiliki kualitas produk yang baik sesuai yang diiklankan

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

$$= \frac{294}{306}$$

$$= 96\%$$

14. Produk *fresh milk* cimory menggunakan bahan baku berkualitas

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

$$= \frac{290}{287}$$

$$= 101\%$$

## Lampiran 6. Hasil perhitungan Metode Customer Satisfaction Index (CSI)

Perhitungan *weighted factor* (WF) dan *weighted scor* (WS)

1. Produk *fresh milk* cimory memiliki rasa yang lezat

$$WF = \frac{MIS_i}{Total MIS} \times 100 \qquad WS = WF \times MSS$$

$$WF = \frac{4,64}{62,72} \times 100 \qquad WS = 7,40 \times 4,58$$
$$= 7,40 \qquad = 33,87$$

2. Minuman *fresh milk* cimory dapat diminum pada seluruh usia

$$WF = \frac{4,38}{62,72} \times 100 \qquad WS = 6,98 \times 3,97$$
$$= 6,98 \qquad = 27,68$$

3. Produk *fresh milk* cimory memiliki variasi jenis rasa

$$WF = \frac{4,73}{62,72} \times 100 \qquad WS = 7,55 \times 4,55$$
$$= 7,55 \qquad = 34,32$$

4. Produk *fresh milk* cimory memiliki variasi jenis ukuran

$$WF = \frac{4,36}{62,72} \times 100 \qquad WS = 6,95 \times 3,13$$
$$= 6,95 \qquad = 21,72$$

5. Rasa produk *fresh milk* cimory tidak berubah dari waktu ke waktu sama

$$WF = \frac{4,77}{62,72} \times 100 \qquad WS = 7,60 \times 4,70$$
$$= 7,60 \qquad = 35,74$$

6. Produk *fresh milk* cimory menjamin higienitas produk tidak berubah dari waktu ke waktu

$$WF = \frac{4,56}{62,72} \times 100 \qquad WS = 7,27 \times 4,58$$
$$= 7,27 \qquad = 33,30$$

7. Produk *fresh milk* cimory yang dijual memiliki kesesuaian cita rasa susu uht lainnya

$$WF = \frac{4,44}{62,72} \times 100$$

$$= 7,08$$

$$WS = 7,08 \times 4,59$$

$$= 32,50$$

8. Produk *fresh milk* cimory memiliki kesesuaian harga susu uht di pasaran

$$WF = \frac{4,36}{62,72} \times 100$$

$$= 6,95$$

$$WS = 6,95 \times 4,48$$

$$= 31,17$$

9. Produk *fresh milk* cimory memiliki masa kedaluwarsa yang lama

$$WF = \frac{4,81}{62,72} \times 100$$

$$= 7,67$$

$$WS = 7,67 \times 4,69$$

$$= 35,97$$

10. Produk *fresh milk* cimory ketika dibuka tidak cepat basi

$$WF = \frac{4,66}{62,72} \times 100$$

$$= 7,42$$

$$WS = 7,42 \times 3,38$$

$$= 25,06$$

11. Produk *fresh milk* cimory memiliki tampilan kemasan yang menarik

$$WF = \frac{4,50}{62,72} \times 100$$

$$= 7,17$$

$$WS = 7,17 \times 4,92$$

$$= 35,31$$

12. Produk *fresh milk* cimory memiliki warna dan desain yang indah

$$WF = \frac{3,25}{62,72} \times 100$$

$$= 5,18$$

$$WS = 5,18 \times 4,64$$

$$= 24,05$$

13. Produk *fresh milk* cimory memiliki kualitas baik sesuai yang diiklankan

$$WF = \frac{4,78}{62,72} \times 100$$

$$= 7,62$$

$$WS = 7,62 \times 4,59$$

$$= 35,02$$

14. Produk *fresh milk* cimory menggunakan bahan baku berkualitas

$$WF = \frac{4,48}{62,72} \times 100$$

$$= 7,15$$

$$WS = 7,15 \times 4,53$$

$$= 32,40$$

$$WT = WS \text{ total} = 438,12$$

$$CSI = \frac{WT}{\text{Skala Maksimum}}$$

$$= \frac{438,12}{5}$$

$$= \mathbf{87,62\% \text{ (Sangat Puas)}}$$

## Lampiran 8. Dokumentasi





## RIWAYAT HIDUP



**MUHAMMAD ICHSAN NIZAR** yang biasa dipanggil iccang lahir pada tanggal 2 Februari 2002 di Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis merupakan anak ke – dua dari tiga bersaudara, lahir dari pasangan ayah Akbar dan ibu Linda. Penulis memulai pendidikannya pada tahun 2007 –2008

di TK Bhayangkari. Kemudian pada tahun 2008, penulis mulai bersekolah di SD Syariat Islam Parepare dan lulus pada tahun 2014. Kemudian penulis melanjutkan pendidikannya ke SMP Negeri 16 Makassar 2014 – 2017. Pada tahun 2017 – 2020 penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 9 Kendari, dalam kurun waktu tersebut, penulis aktif dalam Pramuka. Saat ini, penulis melanjutkan pendidikan strata-1 (S1) di Universitas Hasanuddin, Fakultas Peternakan, Makassar dan. juga aktif di dunia UKM, penulis teribat secara aktif di UMKM Mahasiswa Kopma.Sementara pengalaman organisasi penulis dapatkan dari Pramuka, Rohis dan MPK. Dengan ketekunan motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas skripsi ini. Besar harapan penulis untuk dapat memberikan kontribusi nyata terhadap kampus dan lingkungan sekitar khususnya terhadap bidang peternakan di Indonesia.