

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Z. 2023. Analisis strategi pemasaran Azolla *Frozen Food* Bojonegoro dalam perspektif etika bisnis islam. *Maisyatuna*. 4(2): 58-74
- Abidin, M. Z. 2023. Analisis Strategi Pemasaran Azolla Frozen Food Bojonegoro Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Maisyatuna*. 4(2): 58-74.
- Afiffah, E. S. N., dan L. Cahyani. 2021. Analisa Penerapan E-commerce pada Umkm Sutan *Frozen Food* Tegal. *eProceedings of Applied Science*. 7(6).
- Afriza, E. F., R. R. S. Nurdianti, S. H. Sartika dan B. N. Nirbita. 2022. Peningkatan keterampilan pengolahan *frozen food* dalam rangka menumbuhkan perekonomian dan mewujudkan ketahanan pangan. 2(1): 159-164.
- Amareta, D. I., M. R. Permadi, G. Purnasari, Y. Susindra, R. Rindiani. 2023. Healthy Frozen Food and Drinks sebagai Upaya Penyediaan Makanan Sehat di TeFa Nutrition Care Center: Healthy Frozen Food and Drinks as an Effort to Provide Healthy Food at the TeFa Nutrition Care Center. *NaCosVi: Polije Proceedings Series*. 100-106.
- Arisandi, D., N. F. Muhajir dan R. Islamarida. 2023. Studi Epidemiologi Kejadian Tuberculosis Di Kabupaten Gunungkidul, Di Yogyakarta. In *Prosiding Seminar Informasi Kesehatan Nasional* : 367-371.
- Ashari, O. dan M. Mashariono 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan Produk Frozen Food KML Food. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*. 6(1).
- Assauri, S. 2013. Manajemen pemasaran. Rajawali pers. Jakarta.
- Bahtiar, A. 2022. Strategi Pemasaran Bakso Daging di Bakso Frozen Kota Makassar. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*. 5(3): 169-181.
- Budiwitjaksono, G. S., P.I. Rachmawati, M.Y. Alfiandy, R. R. Ismail dan M.S. Sauki. 2023. Rebranding Label Kemasan Sebagai Sarana untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Frozen Food* Mas Fian di Kelurahan TuriKota Blitar. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(3), 167-177.
- Budiman, E. V. 2013. Evaluasi kinerja supply chain pada UD. Maju Jaya di Desa Tiwoho Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 1(4): 443-452.

- Cahyani P. W., I. S. Ari, V. Wulandari, S. Zakaria, C. Wardana, E. Yulawati dan Suparto. 2023. Strategi pemasaran menggunakan metode STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) pada industri *frozen food*. In Prosiding Senastitan: Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan. 3.
- Dewi, P. N., C. Hendriyani dan R. M. Ramdhani. 2021. Analisis implementasi strategi bauran pemasaran 7P pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *JIP (Jurnal Industri dan Perkotaan)*.17(2): 6-13.
- Dwinanda, G. dan Y. Nur. 2020. Bauran pemasaran 7p dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada industri retail giant ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*. 5(3): 120-136.
- Effendy, A. A. 2019. Analisis bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*. 1(1): 66-82.
- Fakhri, R. dan S. Rofidah 2023. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cireng Frozen Food Pada CV.“XY”. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*. 14(4): 355-364.
- Farida I., T. Achmad dan N. Yogi. 2016. Analisis pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap kepuasan pelanggan pengguna gojek online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. 1(1): 31-40.
- Farida, N. 2014. Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. Cakra Books. Solo.
- Fitriani, D. 2019. Pengaruh gender terhadap keputusan pembelian produk online (Studi kasus terhadap masyarakat Pontianak). *Creative Communication and Innovative Technology Journal*. 12(1): 99-107.
- Hadi, D. L., S. Kumadji, E. Yulianto. 2015. Pengaruh *service marketing mix* (bauran pemasaran jasa) terhadap citra merek dan dampaknya pada keputusan pembelian (survei pada peserta Lembaga kursus dan pelatihan Royal English TOEFL & TOEIC Center Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 24(1):1-8.
- Handayani, N. L. P. dan P. F. Soeparan. 2022. Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi UMKM. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa*. 4(3): 238-250.
- Helia, R., N. Farida dan B. Prabawani. 2015. Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 4(4): 281-290.

- Hutabarat, E. 2017. Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan Motor Suzuki Satria Fu Pada Pt. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*. 3(1): 112-121.
- Idrus, M. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Ikhsan, R. F., A. Devi dan A. M. Kosim. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Rumah Makan Pecak Hj. Sadiyah Cilodong Depok. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. 2(1): 22-47.
- Kaligis, T. I., S. L. Mandey dan F. Roring. 2021. Evaluasi Strategi Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Box Weal Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 9(3): 1775-1785.
- Liusmar, S. M., dan R. Mukhaiyar. 2020. Perancangan Sistem Otomasi Penggunaan Barcode Scanner Pada Trolley Berbasis Arduino Mega 2560. *Voteteknika (Vocational Teknik Elektronika dan Informatika)*, 8(2), 43-49.
- Lupi, F. R., dan N. Nurdin. 2016. analisis strategi pemasaran dan penjualan e-commerce pada Tokopedia. *Com. Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*. 2(1): 20–29.
- Marlius, D. 2017. Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal pundi*. 1(1).
- Muslimin, S., Z. Zainab dan W. Jafar. 2020. Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*. 2(1): 1-11.
- Nasution, M. A. 2019. Pengaruh harga dan kualitas produk alat kesehatan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pt. Dyza sejahtera medan. *Warta Dharmawangsa*. 13(1).
- Nawawi, N. A. 2022. Strategi Pemasaran Pedagang Bakso di Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga (Skripsi, IAIN Ponorogo).
- Ningratri, Y. A. 2018. *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (3P) Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIM SUKMA Medan* (No. swg4a). Center for Open Science.
- Nisak, Z. 2013. Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*. 9 (2): 468-476.
- Noor, J. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana.

- Nurcholifah, I. 2014. Strategi *marketing mix* dalam perspektif syariah. *Jurnal Khatulistiwa LP2M IAIN Pontianak*. 4(1): 73-86.
- Rinaldi, R. 2012. Analisis kualitas pelayanan publik. *Jurnal Administrasi Publik (Public Administration Journal)*. 2(1): 22-34.
- Rohmawati, S. M. 2023. Strategi Pemasaran Pedagang Bakso di Pasar Somoroto Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perspektif Ekonomi Syariah (Skripsi, IAIN Ponorogo).
- Safitri, E., L. Auliana, I. Sukoco dan C. S. Barkah. 2022. Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. 19(2): 259-267.
- Sari, N. I., M. I. Sari dan J. Rahayu. 2022. Rancangan Strategi Pengembangan Usaha Dengan Pendekatan *Blue Ocean Strategy* pada Usaha Bakso Hadirin Kencong Kabupaten Jember. 20(1): 204-212.
- Secapramana, L. V. H. 2000. Model dalam strategi penetapan harga. *Unitas*. 9(1): 30-43.
- Sinuraya, J., M., AB, W. S Tarigan dan O. B. Tumanggor. 2023. Pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Frozen Food Dapoer Mama Ana Di Kelurahan Gedung Johor Kecamatan Medan Johor Kota Medan Sumatera Utara. *Jurnal Masyarakat Indonesia (Jumas)*. 2(01): 26-33.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Pendidikan, Cetakan Kelima Belas. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Triyanto, W. A. 2015. Algoritma K-Medoids Untuk Penentuan Strategi Pemasaran Produk. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*. 6(1): 183-188.
- Wahyudi, R. S., G. C. Mentari dan Kustiningsih. 2022. Strategi Inovasi Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Frozen Food di Masa Pandemi. *Journal of Law, Administration, and Social Science*. 2(1): 22-32.
- Widiartha, K. K. 2019. Implementasi algoritma apriori untuk analisis keranjang belanja dalam manajemen tata letak produk. *JANAPATI J. Nas. Pendidik. Tek. Inform.* 8: 249-260.
- Yuyun, A., dan D. Gunarsa. 2011. Cerdas Mengemas Produk Makanan & Minuman. AgroMedia.
- Zainarti, S. A. Nasution, A. Lasmi dan E. S. W. Ningsih. 2023. Penerapan Strategi Pemasaran Pedagang Bakso di Laut Dendang Jatian Gang Bunga

Kecamatan Medan Tembung Percut Sei Tuan. El-Mujtama:Jurnal Pengabdian Masyarakat. 3(2):520-530.

Zevi, I. 2018. Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk pada PT. Proderma Sukses Mandiri. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian di *The Frozen Food* Makassar

KUISISIONER PENELITIAN

“Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Produk Peternakan *The Frozen Food* Makassar (Studi Kasus)”

Peneliti :

Nurul Khalisah (I011 20 1285)

Kuisisioner ditujukan untuk *The Frozen Food* Makassar

Dalam rangka pengumpulan data primer sebagai bahan penyusunan tugas akhir atau skripsi, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) dengan judul “Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Produk Peternakan *The Frozen Food* Makassar (Studi Kasus)”, maka peneliti bermaksud menyebarkan kuisisioner penelitian dengan mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk dapat membantu dalam pengisian dengan jujur, benar serta akurat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara(i), peneliti mengucapkan banyak terimakasih

Identitas Informan

Nama :
Umur :tahun
Jenis Kelamin : P/L
Posisi di *The Frozen Food* Makassar :
Alamat :
No. Hp :

Silahkan anda menjawab pertanyaan berikut dengan sejujurnya sesuai

keadaan di *The Frozen Food* Makassar.

1. Bagaimana sejarah Berdirinya *The Frozen Food* Makassar?
2. Apa visi, misi dan tujuan *The Frozen Food* Makassar?
3. Bagaimana struktur organisasi pada *The Frozen Food* Makassar?

Silahkan anda menjawab pertanyaan berikut dengan sejujurnya sesuai keadaan di *The Frozen Food* Makassar.

Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Produk (Product)

No	Jenis Produk	Jumlah Produk Diadakan	Jumlah Produk Terjual

1. Dari berbagai jenis produk peternakan yang dijual, produk apa yang menjadi favorit di *The Frozen Food* Makassar?
2. Bagaimana *The Frozen Food* Makassar menjamin kualitas produk yang akan dijual?
3. Bagaimana *The Frozen Food* Makassar dalam menyediakan stok produk untuk memenuhi permintaan konsumen?
4. Bagaimana *The Frozen Food* Makassar menilai kemasan setiap produk yang akan dijual?
5. Apakah kemasan produk yang akan dijual sudah dipastikan tertutup rapat dan kedap udara?
6. Apakah tanggal *expired* pada kemasan produk yang dijual *The Frozen Food* Makassar sudah tersedia ?
7. Apakah produk sudah bersertifikasi halal dari MUI?
Merek yang bersertifikasi :
Merek yang tidak bersertifikasi :

8. Berapa total omzet penjualan produk *The Frozen Food* Makassar pada 3 minggu terakhir?

Harga (Price)

1. Bagaimana cara penetapan harga yang diterapkan *The Frozen Food* Makassar menetapkan harga?
2. Apakah ada strategi khusus yang diterapkan dalam penetapan harga untuk menarik konsumen?
3. Apakah ada potongan harga (diskon) yang dilakukan oleh *The Frozen Food* Makassar? YA/TIDAK

Jika ada potongan harga (diskon), diberlakukan pada saat apa?

4. Apakah ada pengaruh yang didapatkan apabila harga jual yang ditetapkan tinggi, rendah atau sedang?

Harga jual tinggi:

Harga jual sedang:

Harga jual rendah:

5. Bagaimana cara *The Frozen Food* Makassar memberikan informasi harga kepada konsumen?
6. Apakah informasi harga sudah tertera jelas di toko atau melalui media lainnya?

Tempat (Place)

1. Bagaimana *The Frozen Food* Makassar memilih lokasi ini?
2. Apa ada pertimbangan khusus *The Frozen Food* Makassar mendirikan toko di lokasi ini?
3. Apakah lokasi saat ini sudah strategis dan meningkatkan penjualan?

7. Apakah ada lokasi sebelumnya yang ditempati *The Frozen Food* Makassar mendirikan toko?
8. Apa alasan *The Frozen Food* Makassar melakukan pemindahan lokasi?
9. Bagaimana saluran distribusi yang diterapkan *The Frozen Food* Makassar?

Promosi (*Promotion*)

No	Bentuk Promosi	Media Promosi

1. Bagaimana *The Frozen Food* Makassar menentukan bentuk promosi yang akan dilakukan?
2. Apa media yang digunakan dalam melakukan promosi?
3. Diantara promosi yang dilakukan, promosi apa yang paling mempengaruhi permintaan?
4. Apakah ada kolaborasi atau sponsorship yang dilibatkan dalam promosi?
5. Apakah ada biaya promosi yang dialokasikan?
6. Apakah ada periode tertentu yang ditetapkan *The Frozen Food* Makassar untuk memberikan promosi?

Orang (*People*)

No	Orang yang Berkontribusi dalam Oprasional	Mulai Bekerja (Tahun)	Posisi Di <i>The Frozen Food</i> Makassar

1. Apakah semua karyawan berkontribusi dalam pemasaran produk *The Frozen Food* Makassar?

2. Berapa lama jam kerja yang diberikan *The Frozen Food* Makassar kepada karyawan?
3. Apakah ada spesifikasi khusus untuk menjadi karyawan di *The Frozen Food* Makassar?
4. Apakah ada pelatihan yang diberikan kepada karyawan?
5. Apakah ada penghargaan yang diberikan kepada karyawan jika mendapatkan hasil yang melebihi target? YA/TIDAK
6. Penghargaan seperti apa yang diberikan?
7. Terdapat lima unsur pelayanan yang baik, yaitu reabilitas (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*). Apakah *The Frozen Food* Makassar menerapkan kelima unsur pelayanan tersebut?

No	Unsur Pelayanan	Menerapkan
1	Reabilitas (<i>realibility</i>) Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan, dalam hal ini pelayanan yang sama untuk setiap konsumen.	
2	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat, dalam hal ini tidak membiarkan konsumen menunggu terlalu lama yang akan menyebabkan persepsi negative terhadap pelayanan.	
3	Jaminan (<i>assurance</i>) Kemampuan dalam menjamin kerahasiaan para konsumen atupu jaminan terhadap produk yang dibeli.	
4	Empati (<i>empathy</i>) Kemampuan memeberikan rasa aman, nyaman dan memahami keinginan konsumen.	
5	Bukti fisik (<i>tangibles</i>) Kemampuan dalam memberikan bukti fisik (fasilitas penunjang pemasaran maupun penampilan karyawan) untuk membuat konsumen merasa nyaman	

Penerapan seperti apa yang dilakukan?

Reabilitas (*realibility*):

Daya tanggap (*responsiveness*):

Jaminan (*assurance*):

Empati (*empathy*):

Bukti fisik (*tangibles*):

Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

No	Sarana dan Prasarana	Fungsi

1. Bagaimana *The Frozen Food* Makassar menentukan sarana dan prasarana apa yang digunakan dalam menunjang proses pemasaran?
2. Apakah sarana dan prasarana yang digunakan *The Frozen Food* Makassar dapat meperlancar kegiatan pemasaran?
3. Apakah *showcase* disediakan untuk masing-masing produk?
4. Apakah ada parkirana yang disediakan untuk konsumen?
5. Bagaimana tata letak produk *The Frozen Food* Makassar?
6. Apakah tata letak menentukan efisiensi oprasional dan memberikan kelancaran dalam proses pemasaran *The Frozen Food* Makassar?
7. Bagaimana *The Frozen Food* Makassar menjaga kebersihan dan memelihara sarana dan prasarana yang ada?

Proses (*Process*)

1. Bagaimana *The Frozen Food* Makassar mendapatkan produk yang akan dijual?
2. Apakah setiap produk yang dijual berasal dari pemasok yang berbeda?
3. Bagaimana *The Frozen Food* Makassar melakukan restok?

4. Apakah ada syarat tertentu seperti minimal stok produk yang tersedia untuk melakukan restok produk ?
5. Bagaimana proses yang dilakukan *The Frozen Food* Makassar setelah melakukan restok produk?
6. Terdapat tiga metode pembayaran *e-commeres* yang dapat digunakan, yaitu *online processing credit card*, *money transfer* dan *cash on delivery*. Apakah *The Frozen Food* Makassar menerapkan salah satu dari metode pembayaran tersebut?

No	Metode Pembayaran	Menerapkan
1	<i>Online processing credit card</i>	
2	<i>Money transfer</i>	
3	<i>Cash on delivery</i>	

7. Metode pembayaran lainnya yang digunakan?
8. Metode pembayaran apa yang sering digunakan konsumen?

KUISIONER PENELITIAN

“Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Produk Peternakan *The Frozen Food Makassar (Studi Kasus)*”

Peneliti :

Nurul Khalisah (I011 20 1285)

Kuisisioner ditujukan untuk Konsumen *The Frozen Food Makassar*

Dalam rangka pengumpulan data primer sebagai bahan penyusunan tugas akhir atau skripsi, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) dengan judul “Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Produk Peternakan *The Frozen Food Makassar (Studi Kasus)*”, maka peneliti bermaksud menyebarkan kuisisioner penelitian dengan mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk dapat membantu dalam pengisian dengan jujur, benar serta akurat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara(i), peneliti mengucapkan banyak terimakasih

Identitas Informan

Nama :
Umur :tahun
Jenis Kelamin : P/L
Pekerjaan :
Alamat :
No. Hp :

Silahkan anda menjawab pertanyaan berikut dengan sejujurnya sesuai keadaan di *The Frozen Food Makassar*.

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Produk (*Product*)

1. Apakah anda mengetahui produk peternakan apa saja yang dijual di *The Frozen Food Makassar*?

2. Produk apa yang menjadi favorit anda di *The Frozen Food* Makassar?
3. Bagaimana kualitas produk yang anda rasakan setelah membeli produk *The Frozen Food* Makassar?
4. Apakah produk *The Frozen Food* telah memenuhi kebutuhan anda?
5. Apakah kemasan setiap produk yang dijual *The Frozen Food* Makassar tertutup rapat dan kedap udara?
6. Apakah tanggal *expired* pada kemasan produk yang dijual *The Frozen Food* Makassar sudah tersedia dan terlihat dengan jelas ?
7. Apakah produk yang anda beli sudah bersertifikasi halal dari MUI?
8. Berapa kali anda melakukan pembelian di *The Frozen Food* Makassar?

Harga (Price)

1. Menurut anda apakah harga yang ditetapkan *The Frozen Food* Makassar sudah sesuai?
2. Apakah anda pernah mendapatkan potongan harga (diskon) pada saat melakukan pembelian di *The Frozen Food* Makassar? YA/TIDAK
Jika IYA, diwaktu kapan anda mendapatkan diskon tersebut?
3. Apakah saat melakukan pembelian harga produk sudah tertera dengan jelas ditoko atau dikemasan setiap produk?

Tempat (Place)

1. Bagaimana anda menilai aksesibilitas lokasi toko ini?
2. Apakah lokasi ini memudahkan anda untuk berkunjung?
3. Apakah ada kendala atau pertimbangan untuk mengunjungi lokasi toko?
4. Apakah anda merasa aman dan nyaman sehingga memilih toko ini untuk berbelanja?

Promosi (*Promotion*)

1. Bentuk promosi apa yang paling menarik bagi anda sebagai konsumen *The Frozen Food* Makassar?
2. Bagaimana anda biasanya mengetahui dan menemukan promosi yang diberikan *The Frozen Food* Makassar?
3. Diantara promosi yang dilakukan, promosi apa yang paling mempengaruhi anda untuk melakukan pembelian?
4. Apakah ada platform atau saluran komunikasi tertentu yang membuat anda lebih responsive terhadap promosi?

Orang (*People*)

1. Bagaimana pendapat anda mengenai cara karyawan *The Frozen Food* Makassar berinteraksi atau memberikan pelayanan?
2. Apakah karyawan responsif terhadap kebutuhan dan pertanyaan anda?
3. Apakah karyawan memberikan pelayanan yang sama terhadap anda dengan konsumen lain?
4. Apakah karyawan responsif terhadap kebutuhan dan pertanyaan anda?
5. Apakah anda menilai jaminan produk dan layanan *The Frozen Food* Makassar sudah memadai?
6. Bagaimana pendapat anda mengenai tingkat empati yang ditunjukkan karyawan *The Frozen Food* Makassar seperti memberikan rasa aman, nyaman dan memahami keinginan anda sebagai konsumen?
7. Bukti fisik apa yang anda terima sehingga membuat anda merasa nyaman (fasilitas penunjang pemasaran maupun penampilan karyawan)?

Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

1. Apakah anda mengetahui sarana dan prasarana apa yang ada di di *The Frozen Food* Makassar?
2. Bagaimana pendapat anda mengenai sarana dan prasarana di *The Frozen Food* Makassar?
3. Apakah sarana dan prasarana yang ada di *The Frozen Food* Makassar sudah memenuhi harapan anda terkait keamanan dan kenyamanan?
4. Apakah tata letak produk *The Frozen Food* Makassar memudahkan anda dalam melakukan pembelian?
5. Bagaimana kesan anda terhadap kebersihan dan pemeliharaan sarana dan prasarana *The Frozen Food* Makassar?
6. Bagaimana pengalaman anda dengan fasilitas parkir yang ada di *The Frozen Food* Makassar?
7. Apakah anda memiliki saran terkait sarana dan prasarana yang perlu ditambahkan atau ditingkatkan *The Frozen Food* Makassar berdasarkan pengalaman anda?

Proses (*Process*)

1. Bagaimana pendapat anda mengenai proses pembelian produk di *The Frozen Food* Makassar?
2. Apakah anda merasa bahwa proses pembelian di *The Frozen Food* Makassar sudah efisien dan mudah dipahami?
3. Metode pembayaran apa yang sering digunakan dalam proses pembelian di *The Frozen Food* Makassar?

Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara Informan Penelitian di *The Frozen Food Makassar*

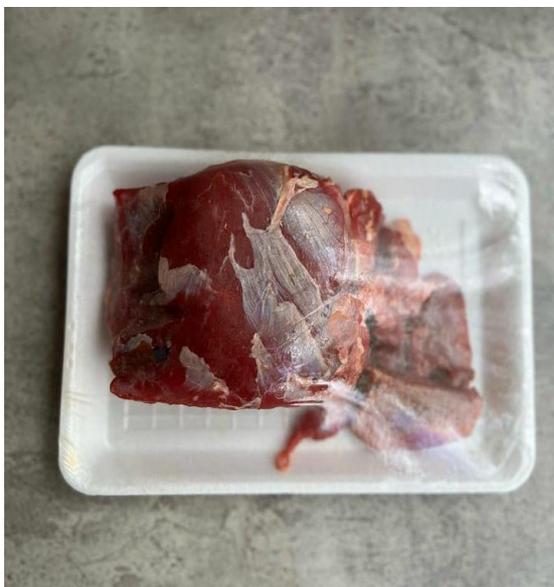




Lampiran 3. Dokumentasi Kondisi Lokasi, Kondisi Produk, Tata Letak, Sarana dan Prasarana *The Frozen Food Makassar*









 thefrozenfoodmakassar_id



👍 🗨️ 📌

Disukai oleh rista_pashaholic8 dan lainnya
 thefrozenfoodmakassar_id Promo 4 Bungkus Naget Kanzler
 Crispy Buble 120g
 55.000 Melayani GROSIR dan ECER
 Lihat 1 komentar
 20 Juli 2023

 thefrozenfoodmakassar_id



👍 🗨️ 📌

Disukai oleh putrianinditaaa21 dan lainnya
 thefrozenfoodmakassar_id Paket Hemat 95.000-100.000

← **thefrozenfoodmaka...** 🔔 ⋮



800
postingan

14RB
pengikut

144
mengikuti

The Frozen Food Makassar
 Jual Grosir & Ecer Frozen Food
 Kurir, OJOL
 BTP (Google Maps Kado-Kado)
 Buka Setiap Hari (08.00-22.00)
 Rek ONLY an YULIANTI
 linktr.ee/thefrozenfoodmakassar

Diikuti oleh asriyanih_ rindyam_ dan 8 lainnya

Mengikuti ▾
Kirim Pesan
+👤


costumer


Aneka Kulit


Kirim Daerah ...


BAWANG MER... F













Instagram
tokopedia.com

← Cari di The Frozen Fo... 🔍 🛒 ☰



The Frozen Food MKS >
Online 9 jam lalu • Kota Makassar

★ 4.9
Rating & Ulasan

± 29 menit
Pesanan diproses

Buka 24 jam
Jam operasi toko

Chat
Follow






Ada cashback hingga Rp300.000
Ayo pakai promonya biar makin hemat!







 thefrozenfoodmakassar_id ⋮








Disukai oleh chealcc dan lainnya
thefrozenfoodmakassar_id Paket 170 RIBU

- 🔴 Topside 500 gr
- 🔴 Ayam Slice 500 gr
- 🔴 Sukimix 500 gr
- 🔴 Marinasi 200 ml
- 🔴 Selada
- 🔴 Maestro Roasted Sesame 100 ml

28 November 2021

← Cari di The Frozen Fo... 🔍 🛒 ☰


Terbaru ▾
Etalase Toko ▾

Rp3.000/100 g
bawang merah 1 kg
Rp30.000
★ 5.0 | 1 terjual

Rp4.520/100 g
MC Lewis BBQ 310 gr
Rp14.000
2 terjual



Di Luar Jangkauan

dada ayam fillet 500 gram
Rp35.000
★ 5.0 | 4 terjual

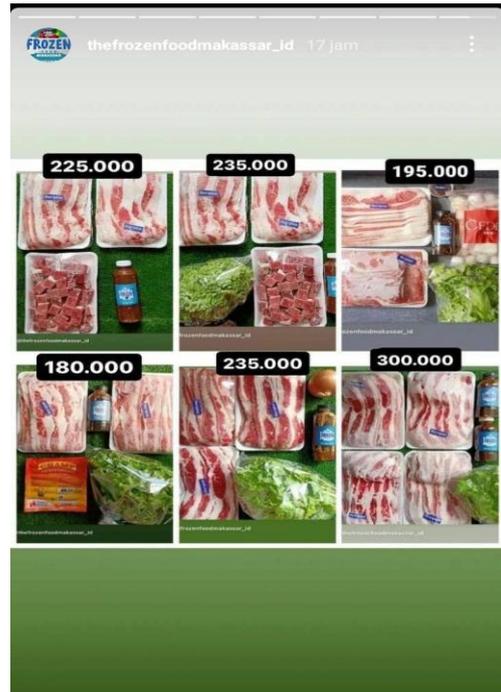


Di Luar Jangkauan

adabi perencah nasi goreng
Rp6.000
10 terjual







BIODATA PENELITI



Nurul Khalisah (I011 20 1285) yang biasa dipanggil Lisaa. Lahir di Pangkep pada tanggal 03 Desember 2001 sebagai anak kedua dari tiga bersaudara. Nama Ayah yaitu Muh. Jafar dan Ibu yaitu Murni. Saudara penulis bernama Aslam Abdillah dan Nurfadilah. Penulis berasal dari daerah Maros, Sulawesi Selatan. Penulis pernah bersekolah di SDN 21 Barandasi, SMPN 18 Lau Maros dan SMAN 3 Maros. Penulis melanjutkan pendidikan bangku kuliah di Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin. Penulis masuk dengan jalur SBMPTN pada tahun 2020. Selama menjadi mahasiswa, penulis masuk kedalam organisasi kemahasiswaan yaitu Himpunan Mahasiswa Teknologi Hasil Ternak (HIMATEHATE-UH), penulis juga memasuki UKM Hockey Universitas Hasanuddin sebagai Sekretaris Umum pada tahun 2022 dan UKM Forum Studi Ilmiah (FOSIL) Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin sebagai Koordinator Departemen Kewirausahaan tahun 2023. Selain itu, penulis pernah mengikuti kegiatan Basic Learning Skills (Balance) 2020, Intensif Unhas (SAINS) 2020, Pena Fosil VI sebagai peserta dan Pena Fosil VII sebagai mentor. Serta penulis aktif menjadi asisten pada Laboratorium Mikrobiologi dan Kesehatan Ternak tahun 2023-2024 dan Asisten Mata Kuliah Studi Kelayakan Proyek tahun 2024. Dalam setiap perjalanan hidupnya, penulis berusaha untuk melakukan yang terbaik serta tidak membawa hal-hal yang menurutnya negatif ke kehidupan sehari-hari. Impian penulis adalah untuk membanggakan dan membahagiakan kedua orang tua.