

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhaghassani. 2016. Strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 7P (*Product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) di Cherryka bakery. *Journal of Culinary Education and Technology*.
- 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.
- Arfahtuddin, A. 2020. *Evaluasi penetapan harga berbasis biaya dengan metode cost-plus pricing dalam meningkatkan laba: Studi pada Teras Seduh Coffee Shop Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- 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).
- Badan Pusat Statistik, 2021. Profil Pangan dan Pertanian. diakses 25 Februari 2024.
- Bulele, E. Y. 2016. Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3).
- Dayat, M. 2019. Strategi pemasaran dan optimalisasi bauran pemasaran dalam merebut calon konsumen jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299-218.
- Dwinanda, G., dan Y. Nur. 2020. Bauran pemasaran 7P dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada industry 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.
- Febriandika,B., Iskandar, S dan Afriyatna, S. 2017. Studi pola kemitraan usaha peternakan ayam ras pedaging (broiler) di Desa Gelebak dalam

Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. 6(1): 57-65.

- Indrasari, M. 2019. Pemasaran dan kepuasan pelanggan; pemasaran dan kepuasan pelanggan. Unitomo press. Hal 2-4.
- Ishak, K. 2017. Penetapan Harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 6(1), 35-49.
- Iskandar, S. 2006. Strategi pengembangan ayam lokall. *Wartazoa* 16.4 : 190-197.
- Mastuti,S., Yuwono, E., Widiyanti, R., Hidayat, N.N dan Setiana, L. 2020. Analisis trend populasi dan zoning pengembangan ternak ayam niaga pedaging di Kabupaten banyumas. *Prosiding Seminar Teknologi Agribisnis Peternakan*. 204-211.
- Marlius, D.2017. Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal pundi*. 1(1).
- Maulana, A., & Safarida, N. 2021. Analisis tingkat elastisitas permintaan dan penawaran ayam potong di pasar kota Langsa. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 173-198.
- Mohamad, R., dan E. Rahim. 2021. Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.
- Muhson, A. 2006. Teknik analisis kuantitatif. *Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta*, 183-196.
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 1-11.
- Nuryadin, M. B. 2007. harga dalam Perspektif Islam. *Jurnal Mazahib*, 4(1), 90.
- 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 (AMJ)*, 25(2), 157–165.
- Rachmawati,R. 2011. Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).
- Rahayu, S., & Simatupang, A. 2017. Strategi Penetapan Harga Dies Dengan Metode Menekan Biaya Dan Memaksimumkan Keuntungan. *Jurnal Administrasi Kantor*, 5(2), 199-208.

- Ratnasari,R., W. Sarengat., dan A. Setiadi.2015. Analisis pendapatan peternak ayam broiler pada sistem kemitraan di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. *Animal Agriculture Journal*, 4(1), 47-53.
- Reza, F. 2016. Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id. *Jurnal kajian komunikasi*, 4(1), 63-74.
- Riwukore,J. R., Y. Susanto, dan F. Habaora. 2020. Faktor Penentu dan Dampak Keberadaan Perusahaan Ayam Ras Pedaging di Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Ilmu Peternakan dan Veteriner Tropis*, 10 (2) : 141-152.
- Sarjono, B. 2014. Strategi Penetapan Harga pada Bisnis Ritel. *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa dan Sosial*, 10(1).
- Somya,R., Ardaneswari, A., Saputro, D. A dan Purnomo, H. D. 2015. Perancangansistem pemantauan pertumbuhan ayam pada peternakan ayam broiler dengan pola kemitraan. *Semnasteknomedia*. 3(1): 1-5.
- Utomo, H.R., H. Setiyawan dan S.I. Santoso. 2015. Analisis profitabilitas usaha peternakan ayam broiler dengan pola kemitraan di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal *Profitability Analysis of Livestockk Broiler Business with Partnership Pattern in the District Limbangan Kendal. Animal Agriculture Journal*, 4(1), 7-14.
- Wibowo,C. H., S.B. Wahjuningsih., dan A.R. Sari. 2021. Penyuluhan Kriteria Daging Ayam Yang Sehat Dan Berkualitas Pada Kelompok Ibu-Ibu PKK RT 02 RW 08 Kelurahan Tlogosari Kulon, Semarang. *TEMATIK*, 3(1).
- 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.
- Woro, I. D., Atmomarsono, U., & Muryani, R. 2019. Pengaruh pemeliharaan pada kepadatan kandang yang berbeda terhadap performa ayam broiler. *Jurnal Sain Peternakan Indonesia*, 14(4), 418-423.
- Zharfaningrum, D., Hidayatullah, S., Khourouh, U., Windhyastiti, I., & Waris, A. 2020. Determinan Keputusan Pembelian Online di Instagram: Perspektif Promosi, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 169-178.

## LAMPIRAN

**Lampiran 1.** Daftar pertanyaan di UD. Ayam Potong Barokah

### DAFTAR PERTANYAAN MAHASISWA

“Penerapan Bauran Pemasaran pada Penjualan Ayam Broiler di UD. Ayam Potong Barokah Kecamatan Tompobulu Kabupaten Maros”

**Peneliti :**

**Winda Purwanti (I011 20 1209)**

---

**Pertanyaan ini ditujukan untuk pemilik UD. Ayam Potong Barokah**

Dalam rangka pengumpulan data primer sebagai bahan penyusunan tugas akhir atau skripsi, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) dengan judul “Penerapan Bauran Pemasaran pada Penjualan Ayam Broiler di UD. Ayam Potong Barokah Kecamatan Tompobulu Kabupaten Maros”, maka peneliti bermaksud menyebarkan beberapa pertanyaan pada 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 responden**

Nama :  
Umur : .....tahun  
Jenis Kelamin : P/L  
Posisi di UD. Ayam Potong Barokah :  
Alamat :  
No. HP :

**Silahkan anda menjawab pertanyaan berikut dengan sejujurnya sesuai keadaan di UD. Ayam Potong Barokah.**

1. Bagaimana sejarah Berdirinya UD. Ayam Potong Barokah?

.....

2. Apa visi, misi dan tujuan UD. Ayam Potong Barokah?

.....

### **Daftar Pertanyaan**

- **Produk**

1. Apa saja jenis produk yang dijual, jumlah produk yang diadakan dan jumlah produk yang terjual?
2. Berapa lama masa simpan dari masing-masing produk?
3. Bagaimana UD. Ayam Potong Barokah dalam menyediakan stok produk untuk memenuhi permintaan konsumen?
4. Bagaimana UD. Ayam Potong Barokah Makassar menjamin kualitas produk yang akan dijual?
5. Berapa total omzet penjualan produk UD. Ayam Potong Barokah pada 3 bulan terakhir?

- **Harga**

1. Bagaimana cara penetapan harga yang diterapkan UD. Ayam Potong Barokah menetapkan harga?
2. Apakah ada potongan harga (diskon) yang dilakukan oleh UD. Ayam Potong Barokah? YA/TIDAK  
Jika ada potongan harga (diskon), diberlakukan pada saat apa?
3. Bagaimana cara UD. Ayam Potong Barokah memberikan informasi harga kepada konsumen?

- **Promosi**

1. Apa media yang digunakan dalam melakukan promosi?

2. Diantara promosi yang dilakukan, promosi apa yang paling mempengaruhi permintaan?
3. Apakah ada periode tertentu yang ditetapkan UD. Ayam Potong Barokah untuk memberikan promosi?

- **Tempat**

1. Bagaimana UD. Ayam Potong Barokah memilih lokasi ini?
2. Apa ada pertimbangan khusus UD. Ayam Potong Barokah mendirikan pemotongan di lokasi ini?
3. Apakah lokasi saat ini sudah strategis dan meningkatkan penjualan?

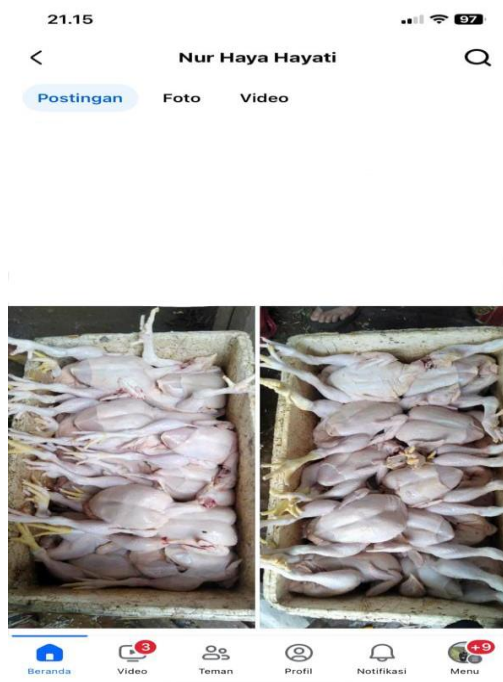
**Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian di UD. Ayam Potong Barokah**



**Gambar 5 dan 6. Wawancara Bersama Pemilik UD. Ayam Potong Barokah**



**Gambar 7 dan 8. Keadaan Tempat Menjual UD. Ayam Potong Barokah**



Gambar 9 dan 10. Bentuk Promosi Secara *Online* di UD. Ayam Potong Barokah



Gambar 11. Bentuk Promosi Secara *Offline* di UD. Ayam Potong Barokah







Gambar 12,13,14,15 dan 16. Wawancara Data Untuk Validasi dan Foto Bersama Konsumen dari UD. Ayam Potong Barokah

## BIODATA



Saya Winda Purwanti biasa dipanggil winda, Lahir di Sangrandanan tana toraja pada tanggal 21 September 2002, dari pasangan suami istri bapak Madi dan ibu Resn. Saya berasal dari keluarga yang sederhana. Saya merupakan anak pertama dari 3 bersaudara. Ayah saya bekerja sebagai petani dan ibu saya bekerja sebagai ibu rumah tangga.

Ayah saya mencukupi segala kebutuhan keluarga dengan pekerjaannya. Beliau merupakan sosok pekerja keras, sabar, dan tidak pernah putusasa dalam mencari rezeki, ibu saya merupakan wanita yang sangat hebat karna dapat membesarkan dan mendidik semua anaknya menjadi sosok yang tangguh dan mengajarkan banyak hal bagi saya, sehingga saya dapat menjadi sosok yang tangguh dan tidak mudah menyerah. Perjalanan pendidikan saya dimulai dari Taman Kanak-kanak TK PGRI Gandangbatu Kecamatan Gandangbatu Sillanan Kabupaten Tana Toraja. Kemudian saya melanjutkan pendidikan ke sekolah dasar di SDN 142 INP Gandangbatu pada tahun 2009, kemudian saya melanjutkan pendidikan di SMP Kristen Gandangbatu pada tahun 2015, kemudian saya melanjutkan pendidikan di SMAN 9 Tana Toraja pada tahun 2017 dan dinyatakan lulus dari sma pada tahun 2020, kemudian saya melanjutkan pendidikan di Univeritas Hasanuddin, program studi Peternakan, Fakultas Peternakan. Alhamdulillah saya bisa masuk di kampus merah melalui jalur SBMPTN. Tahun 2020 saya memulai pendidikan perkuliahan saya dikampus merah ini, sangat banyak pengalaman dan pelajaran yang saya dapatkan selama saya berkuliah di Universitas Hasanuddin yang akan saya jadikan sebagai kenangan indah yang tidak akan pernah bisa untuk saya lupakan.