

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Afnina Yulia Hastuti. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 21-30.
- Andi, A. (2018). Nilai Pendidikan Akhlak dalam Tafsir Al-Misbah (Studi Tentang Surah Al-an'am Ayat 152) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti, D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 37(1).
- Anggriani, M. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Palembang. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Fatah. Palembang.
- Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi ke 5. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asfar, A. H. 2015. Strategi Pemasaran Pakan Ternak Ayam Ras pada PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk Unit Makassar. *JBBE*. 8(1). 21-35.
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan keenam belas. Rajawali pers. Depok.
- Astini, R. 2014. Kajian Strategi Promosi dan Strategi Penentuan Harga Tiket Masuk Museum Berdasarkan Sudut Pandang Pengunjung. *Jurnal Manajemen*. 9(2). 257-278.
- Cahyono, B. 2014. Analisis Strategi Penetapan Harga pada Taman Pintar Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Chandra, Gregorius. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Edisi 1. Andi Yogyakarta
- Endang Mulyatiningsih. (2013). *Metodologi Penelitian Terapan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Faqih, Mansur, (2003). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Farida, I., Achmad, T., dan Yogi, N. 2016. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. 1(1). 31-40
- Fathoni, A. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Tingkat Penjualan Usaha Jasa Mikro Di Kabupaten Lamongan. 1(01). 22-33.
- Gunawan, Y. A. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Penelitian di Sabilla Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya) (Doctoral Dissertation, Universitas Siliwangi).
- Hadi, D. L. 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 & Toefc Center Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 24(1).
- Hawkins, D., dan David, L. 2010. *Mothersbaugh Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York
- Hedynata, M. L., dan Radianto, W. E. 2016. Strategi promosi dalam meningkatkan Penjualan luscious chocolate potato snack. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 1(1). 87-96.
- Hidayah. N., C. A. Artdita, Dan F. B Lestari. 2019. Pengaruh Karakteristik Peternak Terhadap Adopsi Teknologi Pemeliharaan Pada Ternak Kambing Peranakan Ettawa Di Desa Hargotirto Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 19(1): 1-10.
- Hungu, (2007). *Demografi Kesehatan Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127-143.
- Kasim, S. N. 2019. *Contoh-Contoh Penggunaan Statistik pada Penelitian Kuantitatif Sosial-Ekonomi*. Unhas Press. Makassar.
- Kotler, P. 2000. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Edisi Kedelapan. PT. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan Amstrong. G. 2001. *Prinsip - prinsip pemasaran*. Edisi Delapan, Jilid Dua. Erlangga. Jakarta
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi milenium satu. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, P. 2005. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., Keller. K. L. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi ketiga belas. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Muamaroh. 2013. Latar Belakang Rendahnya Kesadaran Orangtua Terhadap Pendidikan Anak Perempuan. *Educational Psychology Journal*. Vol 2 (1)
- Muhammad, N. 2020. Analisis Pemasaran Produk Pakan Ayam PT. New Hope pada PT. Makmur Jaya Poultry Shop Pekanbaru dalam Menghadapi Persaingan Menurut Ekonomi Syariah. Doctoral Dissertation. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Riau.
- Nurani, N., T. Wuryanto. 2015. Analisis Saluran Distribusi Selektif Agen dan Sub Agen Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus pada PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Area Pemasaran Kabupaten Blitar). *Jurnal Bonorowo*. 1(2). 23-34.
- Panjaitan, H., dan Cahyanto, H. 2017. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak Ayam Pedaging di Kabupaten Jombang Jawa Timur. *JMM17. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. 4(01).
- Parwati, C. I., dan Wijayanti, I. R. 2013. Penentuan Faktor Internal dan Eksternal dalam Rangka Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Sains dan Teknologi*
- Putra, S. W., Srikandi, K., Edy, Y. 2016. Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 38(2). 184-193
- Prasetyo, H, R, W., Yuli. A, T, dan Agustina, W, K., 2016. Strategi Pemasaran Pakan Satwa Unggul Blitar. *Jurnal Aves*. ISSN-1907-1904. 43-52.
- Rachmawati, R. 2011. Peranan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*. 2(2). 143 – 150
- Rahmat, R, M. 2012. Analisis Strategi Pemasaran pada PT. Koko Jaya Prima Makassar. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Rinaldi, U. 2008. Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Berbelanja di Swalayan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 7(3).
- Rondonuwu, G., Kelles, D., dan Tamengkel, L. F. 2016. Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pasar Swalayan Borobudur Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 4(4).
- Saragih, H. (2017). Analisis Strategi Penetapan Harga dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Nutricia Indonesia Sejahtera Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 1(2)

- Septian, M., Muhammad, F, A. 2014. Struktur Perilaku Kinerja Dalam Persaingan Industri Pakan Ternak di Indonesia Periode Tahun 1986-2010. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*. 11(2)
- Setiawan, N. 2006. Perkembangan Konsumsi Protein Hewani di Indonesia: Analisis Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional 2002-2005 (The Trend of Animal Protein Consumption in Indonesia: Data Analysis of 2002- 2005 National Socio Economic Survey). *Jurnal Ilmu Ternak Universitas Padjadjaran*. 6(1).
- Suatama, J. (2013) Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang* 5(2).
- Sugiyono. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suhendra, W. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Pemasaran Pada Sentra Industri Kecil Keripik Nenas di UD. Berkah Jl. Hr. Soebrantas / Batas Kota Panam Pekanbaru. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pekanbaru.
- Swastha, B dan Sukotjo, I. 2001. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi Ketiga. Liberty. Yogyakarta.
- Thamrin, E. (2015) Pengaruh Lingkungan Kerja, Disiplin dan Motivasi terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi PT Sinar Siak Dian Permai Bandar Sekijang. *Jom Fekon*, Vol 1 No 2.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Veri, V., Pratiwi, R. D., & Ginting, S. H. (2021). Hubungan Antara Gaya Kepemimpinan Kepala Puskesmas Dengan Kinerja Pegawai Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Masyarakat Di Puskesmas Setu Kota Tangerang Selatan. *Edu Dharma Journal: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 72-86.
- Wardani, A., Yuliana. 2020. Analisis Kendala Orang Tua Dalam Mendampingi Anak Belajar Di Rumah Pada Masa Pandemi Covid-19. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yuliana, Y., Lisa, L., Nancy, N., Chandra, W., & Aigan, W. (2019). Analisis Penerapan Promosi pada PT. Adam Dani Lestari Medan. In *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (Saintek) (Vol. 1, No. 1)*.

LAMPIRAN 1

ANGKET PENELITIAN

BAURAN PEMASARAN PRODUK PAKAN KEPADA KARYAWAN PT. NEW HOPE INDONESIA DI BIDANG PEMASARAN CABANG MAKASSAR

A. IDENTITAS

Nama Pemilik/Pengelola :
Hari/Tanggal :
Alamat :
Umur :
Pendidikan Terakhir :
Jenis Kelamin :
No Handphone/Wa :

B. PETUNJUK PENGISIAN

Dibawah ini disajikan beberapa pernyataan, mohon diisi dengan keadaan yang sebenarnya terjadi di PT. New Hope Indonesia dengan cara memberi tanda *checklist* (√) pada salah satu jawaban yang tersedia.

C. KRITERIA

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS
A.	<i>Product (produk)</i>				
1.	Kami menggunakan bahan baku berkualitas dalam proses produksi sesuai SNI, NPP, Sertifikat Mutu dan Keamanan Pakan				
2.	Kami menawarkan produk yang berkualitas sesuai SNI, NPP, Sertifikat Mutu dan Keamanan Pakan				
3.	Kami memilih bahan baku dan teknik pengolahan yang tepat sehingga menghasilkan produk yang tahan lama				

4.	Kami memiliki kemasan yang sesuai dengan ukuran dan jenis setiap produk				
5.	Kemasan setiap produk memiliki desain khusus untuk membedakan setiap jenis produk				
6.	Kami menjalin kerjasama untuk pemesanan dan desain kemasan yang digunakan				
B.	<i>Price (harga)</i>				
7.	Kami memberikan potongan harga setiap pembelian dalam jumlah tertentu				
8.	Harga produk yang kami tawarkan terjangkau oleh konsumen				
9.	Proses pembayaran yang kami berikan cepat dan mudah				
C.	<i>Place (tempat)</i>				
10.	Pendistribusian produk dilakukan dengan cepat dan tepat sesuai dengan pesanan konsumen				
11.	Lokasi perusahaan kami strategis				
12.	Jangkauan pemasaran produk kami luas				
D.	<i>Promotion (promosi)</i>				
13.	Kami sering melakukan kegiatan promosi				
14.	Media promosi yang kami gunakan bervariasi				
15.	Kami memiliki dana khusus untuk kegiatan promosi				

Lampiran 2

Data Hasil Penelitian Bauran Pemasaran Produk Pakan Pada 4 Aspek Produk, Harga, Tempat dan Promosi Kepada Karyawan PT. New Hope Indonesia Cabang Makassar

No	Butir Pernyataan																			
	Aspek 1							Aspek 2				Aspek 3				Aspek 4				
	1	2	3	4	5	6	Jumlah	7	8	9	Jumlah	10	11	12	Jumlah	13	14	15	Jumlah	
1	4	4	4	4	4	3	23	3	3	4	10	3	3	4	10	3	4	3	10	
2	4	4	4	3	3	3	21	4	3	3	10	4	3	4	11	3	3	4	10	
3	3	3	4	3	3	3	19	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	4	11	
4	4	4	4	4	4	3	23	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	1	7	
5	4	4	2	4	4	4	22	4	4	4	12	2	4	4	10	4	4	3	11	
6	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	
7	3	3	3	3	3	3	18	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	
8	4	4	3	3	4	3	21	2	3	4	9	4	3	4	11	3	4	3	10	
9	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	10	4	4	4	12	4	3	3	10	
10	4	4	4	4	4	3	23	4	4	3	11	3	4	4	11	3	4	3	10	
11	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	
12	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	10	4	3	4	11	3	3	3	9	
13	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	3	11	
14	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	3	11	
15	4	4	3	3	4	3	21	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	2	7	
16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	
17	3	3	3	4	3	2	18	3	4	4	11	4	4	3	11	3	3	3	9	
18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	
19	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	
20	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	10	4	2	4	10	4	3	4	11	
TOTAL	75	75	72	73	74	68	437	65	69	71	205	69	67	73	209	68	69	63	200	

Lampiran 3

Kategori Hasil Penelitian Bauran Pemasaran Produk Pakan Pada 4 Aspek Produk, Harga, Tempat dan Promosi Kepada Karyawan PT. New Hope Indonesia Cabang Makassar

Masing-masing Aspek

$$\text{Skor Maksimal} : 4 \times 1 \times 20 = 80$$

$$\text{Skor Minimal} : 1 \times 1 \times 20 = 20$$

$$M_i : \frac{1}{2} (80+20) = 50$$

$$S_{di} : \frac{1}{6} (80-20) = 10$$

$$M_i + 1,5 S_{di} = 50 + 1,5 (10) = 65$$

$$M_i - 1,5 S_{di} = 50 - 1,5 (10) = 35$$

Kategori :

$$\text{Sangat Baik} : x \geq 65$$

$$\text{Baik} : 50 \leq x < 65$$

$$\text{Kurang Baik} : 35 \leq x < 50$$

$$\text{Tidak Baik} : x < 35$$

Rerata Tiap Aspek

$$\text{Produk} : \frac{\text{Jumlah Skor}}{\text{Jumlah Item}} = \frac{437}{6} = 73 \text{ (Sangat Baik)}$$

$$\text{Harga} : \frac{\text{Jumlah Skor}}{\text{Jumlah Item}} = \frac{205}{3} = 68 \text{ (Sangat Baik)}$$

$$\text{Tempat} : \frac{\text{Jumlah Skor}}{\text{Jumlah Item}} = \frac{209}{3} = 70 \text{ (Sangat Baik)}$$

$$\text{Promosi} : \frac{\text{Jumlah Skor}}{\text{Jumlah Item}} = \frac{200}{3} = 67 \text{ (Sangat Baik)}$$

Lampiran 4

Dokumentasi Penelitian Bauran Pemasaran Produk Pakan di PT. New Hope Indonesia Cabang Makassar Desa Temmpaduae Kecamatan Marusu Kabupaten Maros

