

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, S. 2015. Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Lentera*, 3(1), 47.
- Ahmadi, N. K, dan Herlina. 2017. Analisis segmentasi terhadap keputusan pembelian produk eiger di bandar lampung. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 75.
- Badan Standarisasi Nasional. 2008. Sni 01- 3818-2008. Bakso Daging. Bsn. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2018 <http://www.bps.go.id/>, diakses pada tanggal 14 Januari 2022 pada jam 20.40 WITA.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2019 <http://www.bps.go.id/>, diakses pada tanggal 14 Januari 2022 pada jam 20.12 WITA.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2021 <http://www.bps.go.id/>, diakses pada tanggal 23 Januari 2022 pada jam 20.25 WITA.
- Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan. 2021 <http://www.bps.go.id/>, diakses pada tanggal 2 Februari 2022 pada jam 19.45 WITA.
- Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan. 2022 <http://www.bps.go.id/>, diakses pada tanggal 2 Februari 2022 pada jam 21.25 WITA.
- Buton, P., Abdul, W.N., Sindi, N.P., Nurul, M., Sulfiani. 2019. Pengaruh strategi pemasaran terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 1(1):1-3.
- Ekawati, R. 2008. *Manajemen Pemasaran Buku Daras*, STAIN, Kudus.
- Fandi, T, 1995, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Andi Offset. Yogyakarta.
- Jushermi, 2013. Analisis segmentasi gaya hidup pada mahasiswa jurusan manajemen s1 fakultas ekonomi universitas riau. *Jurnal Ekonomi*. 1 (1).
- Kasali, R. 2011. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, P. Dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Tigabelas. Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (edisi 1). Jakarta: Salemba Empat.

- Lapau, Buchari. 2012. *Metode Penelitian Kesehatan Metode Ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: IKAPI.
- Lubis, A. N. 2004. *Strategi pemasaran dalam persaingan bisnis*. USU *Electronic Library*. Universitas Sumatera Utara
- Mananeke, L., & Rogi, M. 2018. Analisis pengaruh strategi segmentasi, targeting dan positioning (stp) terhadap keputusan pembelian produk bp-smart protection di ajb bumiputera 1912 cabang sam ratulangi manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Manggu, B., & Beni, S. 2021. Analisis penerapan segmentasi, targeting, positioning (stp) dan promosi pemasaran sebagai solusi meningkatkan perkembangan umkm kota Bengkayang. *Jurnal Sebatik*, 25(1), 27-34.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. 1994. *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.
- Nasaruddin, M., Utama, S. P., & Andani, A. 2015. Nilai tambah pengolahan daging sapi menjadi bakso pada usaha Al-Hasanah di kelurahan Rimbo Kedua Kecamatan Seluma Selatan. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 14(1), 85-96.
- Norman K. dan Yvonna S. Lincoln (eds.). 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Terj. Dariyatno dkk. Jogjakarta: Pustaka Pelajar
- Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. 2020. <https://pse.litbang.pertanian.go.id> diakses pada tanggal 25 Januari 2022 pukul 21.30.
- Rahayu, D. W. S. 2019. Efektifitas Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Produk Kosmetik Di Kota Blitar. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(1), 29-40.
- Rismiati Dan I. B. Suratno, 2001. *Pemasaran barang dan jasa*, kanisius, Yogyakarta
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke-3. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. 2011. *Strategi pemasaran*. Andi, Yogyakarta.
- Ufrida , K., dan Harianto, S. (2022). Konsumerisme makanan siap saji sebagai gaya hidup remaja di kota surabaya: studi kasus siswi sma muhammadiyah 4 kota surabaya. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(1)
- Wardhani, V. 2017. *Buku Ajar Manajemen Keselamatan Pasien*. Malang: UB Press.

- Wibowo, D. H., Arifin, Z., dan Sunarti 2015. Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 29(1).
- Wijaya, H., & Sirine, H. 2016. Strategi segmenting, targeting, positioning serta strategi harga pada perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1(03), 175-190.
- Yolanda, F., J. Dwiridhotjatjono. 2021. Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada antenna hdf Surabaya. *Jurnal Managemen dan Akuntansi*. 16 (1). 231.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan Kisi-Kisi Wawancara Penelitian

PANDUAN KISI-KISI WAWANCARA PENELITIAN

No	Variabel Penelitian	Sub Variabel	Butir Pertanyaan	Sumber Data
1.	Segmentasi	- Penerapan Segmentasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Segmentasi pasar seperti apa yang diterapkan Bakso Booming 88 ? 2. Apa alasan Bakso Booming 88 menetapkan segmentasi tersebut ? 3. . Bagaimana dampak dengan diterapkan segmentasi pasar tersebut ? 4. Apakah pentingnya sebuah usaha untuk memiliki kemampuan menganalisis konsumen (kondisi pasar) ? 5. Bagimanakah kondisi pasar produk bakso saat ini ? 6. Segmentasi pasar apa sajakah yang baik diterapkan oleh usaha bidang kuliner saat ini (Bakso) ? 	<ul style="list-style-type: none"> - Bakso Booming 88 - Dosen FAPET UH, Dinas UMKM Makassar
2.	Targeting	- Penerapan Targeting	<ol style="list-style-type: none"> 1. Target pasar seperti apa yang ditetapkan 	<ul style="list-style-type: none"> - Bakso Booming 88

			<p>oleh Bakso Booming 88 ?</p> <p>2. Apa alasan Bakso Booming 88 menetapkan target pasar tersebut ?</p> <p>3. Apakah dampak dari penerapan target tersebut ?</p> <p>4. Target pasar apa sajakah yang baik diterapkan oleh usaha bidang kuliner saat ini (Bakso) ?</p> <p>5. Apakah kemampuan daya beli masyarakat berpengaruh pada usaha kuliner saat ini?</p> <p>6. Bagaimanakah gaya hidup masyarakat sekitar kita (Makassar) saat ini dan Bagaimana pula dengan pola konsumsi masyarakat saat ini ?</p>	<p>- Dosen Fapet UH dan Dinas UMKM Makassar</p>
3.	Positioning	<ul style="list-style-type: none"> - Penerapan Positioning - Bauran Pemasaran (4P) 	<p>1. Apakah positioning produk yang diterapkan Bakso Booming 88 ?</p>	<p>- Bakso Booming 88</p>

			<p>2. Apa alasan Bakso Booming 88 menetapkan positioning tersebut ?</p> <p>3. Bagaimana penetapan harga produk Bakso Booming 88 ?</p> <p>4. Bagaimana penentuan lokasi Bakso Booming 88 dan dampaknya ?</p> <p>5. apakah ada pengaruh dari adanya pesaing usaha sejenis dan bagaimana mengatasi hal tersebut ?</p> <p>6. Bagimanakah pengaruh bagi sebuah usaha dengan adanya pesaing dari usaha sejenis ?</p> <p>7. Apa sajakah yang menjadi peluang atau kekuatan usaha bidang kuliner (bakso) saat ini ?</p> <p>8. Apa alasan Bapak/Ibu memilih produk Bakso Booming 88?</p> <p>9. Apakah produk yang ditawarkan Bakso Booming 88 dapat dijangkau oleh semua konsumen (4P dan STP)?</p> <p>10. Apakah kelebihan</p>	<p>- Dosen FAPET UH, Dinas UMKM Makassar</p> <p>- Konsumen Bakso Booming 88</p>
--	--	--	--	---

			produk yang ditawarkan Bakso Booming 88 ?	
4.	Promosi Pemasaran	- Penerapan Promosi Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi apa saja yang dilakukan Bakso Booming 88 ? 2. Apa yang menjadi alasan memilih promosi tersebut ? 3. Bagaimanakah bentuk promosi pemasaran usaha kuliner yang baik dan sesuai saat ini ? 4. Apakah model promosi yang diterapkan Bakso Booming 88 saat ini sudah tepat ? 	

Lampiran 2. Kuisisioner Wawancara Penelitian

Kuisisioner Penelitian di Bakso Booming 88

Dalam rangka pengumpulan data primer sebagai bahan penyusunan tugas akhir atau skripsi dengan judul “**Analisis Penerapan Segmentasi, targeting, Positioning, dan Promosi Pemasaran Pada Bakso Booming 88**”, maka peneliti bermaksud menyebarkan kuisisioner dan mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisinya dengan jujur, benar, serta akurat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara, peneliti mengucapkan terima kasih.

IDENTITAS INFORMAN

1. Nama :
2. Umur : tahun
3. Jenis Kelamin : L / P
4. Posisi di Bakso Booming 88 :
5. Alamat :
6. No. Hp :

Peneliti

SITI NUR WALIDAH
I011 18 1026



**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

Bakso Booming 88

1. Bagaimanakah sejarah berdirinya Bakso Booming 88 ?

Jawab :

2. Apakah visi misi atau tujuan dari berdirinya Bakso Booming 88 ?

Jawab :

3. Bagaimanakah struktur organisasi pada Bakso Booming 88 ?

Jawab :

4. Produk apa sajakah yang ditawarkan Bakso Booming 88 saat ini ?

Jawab :

5. Bagaimana penetapan harga produk Bakso Booming 88 ?

Jawab :

6. Bagaimana penentuan lokasi Bakso Booming 88 dan dampaknya ?

Jawab :

Segmentasi

1. Apakah Bakso Booming 88 telah menerapkan segmentasi pasar ?

- a. Ya
- b. Tidak

2. Segmentasi pasar apa yang telah diterapkan Bakso Booming 88 ?
(Geografis, demografis, psikografis, dan perilaku)

Jawab :

3. Apa alasan Bakso Booming 88 menetapkan segmentasi tersebut ?

Jawab :

4. Bagaimana dampak dengan diterapkan segmentasi pasar tersebut ?

Jawab :

Targeting

1. Apakah Bakso Booming 88 telah menetapkan target pasar ?

- a. Ya
- b. Tidak

2. Target pasar seperti apa yang ditetapkan oleh Bakso Booming 88 ?

Jawab :

3. Apa alasan Bakso Booming 88 menetapkan target pasar tersebut ?

Jawab :

Positioning

1. Apakah positioning produk yang diterapkan Bakso Booming 88 ?

Jawab :

2. Apa alasan Bakso Booming 88 menetapkan positioning tersebut ?

Jawab :

4. Menurut Bapak/Ibu, apa sajakah yang menjadi hambatan atau ancaman bagi bakso Booming 88 ?

Jawab :

5. Bagaimana upaya mengatasi hambatan atau ancaman tersebut?

Jawab :

6. Menurut Bapak/Ibu, apakah ada pengaruh dari adanya pesaing usaha sejenis ?

Jawab :

7. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengatasi pengaruh tersebut ?

Jawab :

Promosi Pemasaran

1. Apakah Bakso Booming 88 melakukan promosi ?

- a. Ya
- b. tidak

2. Promosi apa saja yang dilakukan Bakso Booming 88 ?

Jawab :

3. Apa yang menjadi alasan memilih promosi tersebut ?

Jawab :

Kuisisioner Penelitian Di Dinas Koperasi dan UKM dan Dosen Fapet UH

Dalam rangka pengumpulan data primer sebagai bahan penyusunan tugas akhir atau skripsi dengan judul “**Analisis Penerapan Segmentasi, targeting, Positioning, dan Promosi Pemasaran Pada Bakso Booming 88**”, maka peneliti bermaksud menyebarkan kuisisioner dan mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisinya dengan jujur, benar, serta akurat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara, peneliti mengucapkan terima kasih.

IDENTITAS INFORMAN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : L / P
3. Posisi di Dinas Koperasi dan UKM Makassar :
4. Alamat :
5. No. Hp :

Peneliti

SITI NUR WALIDAH
I011 18 1026



**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

1. Menurut bapak/Ibu, Segmentasi pasar apa sajakah yang baik diterapkan oleh usaha bidang kuliner saat ini (Bakso) ?
Jawab :
2. Menurut bapak/Ibu, Target pasar apa sajakah yang baik diterapkan oleh usaha bidang kuliner saat ini (Bakso) ?
Jawab :
3. Menurut bapak/Ibu, Bagimanakah kondisi pasar produk bakso saat ini ?
Jawab :
4. Menurut bapak/Ibu, Apakah pentingnya sebuah usaha untuk memiliki kemampuan menganalisis konsumen (kondisi pasar) ?
Jawab :
5. Menurut bapak/Ibu, Apakah usaha bidang kuliner mudah untuk memasuki pasar?
Jawab :
6. Menurut bapak/Ibu, Bagimanakah pengaruh bagi sebuah usaha dengan adanya pesaing dari usaha sejenis ?
Jawab :
7. Menurut bapak/Ibu, Apakah kemampuan daya beli masyarakat berpengaruh pada usaha kuliner saat ini?
Jawab :
8. Menurut bapak/Ibu, Apa sajakah yang menjadi peluang atau kekuatan usaha bidang kuliner (bakso) saat ini ?
Jawab :
9. Menurut bapak/Ibu, Bagaimanakah strategi bersaing usaha kuliner saat ini ?
Jawab :
10. Menurut bapak/Ibu, Bagaimanakah bentuk promosi pemasaran usaha kuliner yang baik dan sesuai saat ini ?
Jawab :

Kuisisioner Penelitian Konsumen Bakso Booming 88

Dalam rangka pengumpulan data primer sebagai bahan penyusunan tugas akhir atau skripsi dengan judul “**Analisis Penerapan Segmentasi, targeting, Positioning, dan Promosi Pemasaran Pada Bakso Booming 88**”, maka peneliti bermaksud menyebarkan kuisisioner dan mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisinya dengan jujur, benar, serta akurat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara, peneliti mengucapkan terima kasih.

IDENTITAS INFORMAN

1. Nama :
2. Umur : tahun
3. Jenis Kelamin : L / P
4. Posisi di Dinas Koperasi dan UKM Makassar :
5. Alamat :
6. No. Hp :

Peneliti

SITI NUR WALIDAH

I011 18 1026



**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

1. Apakah Bapak/Ibu sudah sering membeli produk Bakso Booming 88 ?
 - a. Ya
 - b. Tidak

2. Saat ini kita ketahui bahwa banyak usaha kuliner yang menawarkan produk sejenis ataupun produk makanan olahan daging lainnya. Apa alasan Bapak/Ibu memilih produk Bakso Booming 88?

Jawab :

3. Menurut bapak/Ibu, Apakah kelebihan produk yang ditawarkan Bakso Booming 88?

Jawab :

4. Menurut bapak/Ibu, Apakah produk yang ditawarkan Bakso Booming 88 dapat dapat di jangkau oleh semua konsumen (Geografis, Demografis, Psikografis dan tingkah Laku ?

Jawab :

5. Saat ini kita ketahui bahwa banyak usaha kuliner yang menawarkan produk sejenis ataupun makanan olahan daging lainnya, Menurut bapak/Ibu, Apakah kelebihan produk yang ditawarkan Bakso Booming 88 ?

Jawab :

6. Menurut bapak/Ibu, Apakah kekurangan produk yang ditawarkan Bakso Booming 88?

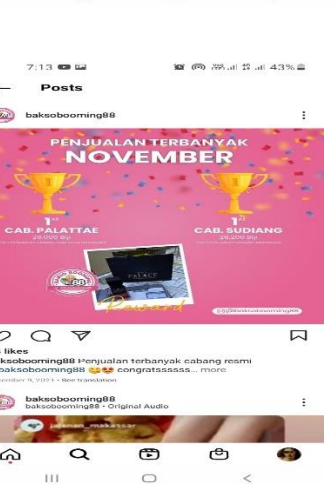
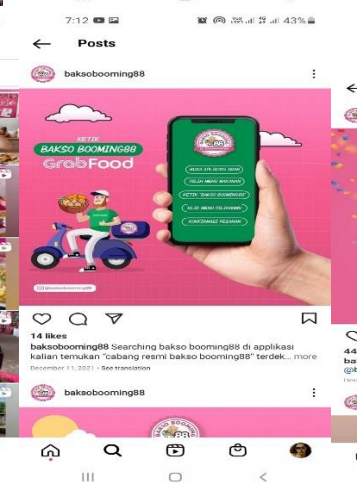
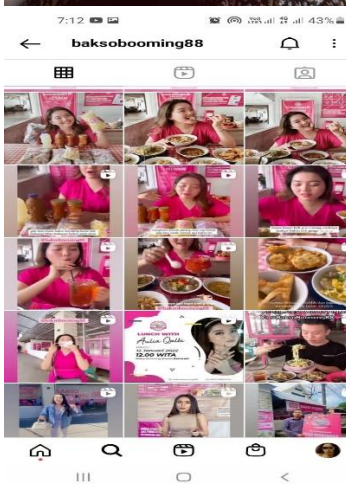
Jawab :

7. Menurut bapak/Ibu, Apakah model promosi yang diterapkan Bakso Booming 88 saat ini sudah tepat ?

Jawab :

Lampiran 4. Dokumentasi





RIWAYAT HIDUP



SITI NUR WALIDAH, atau akrab disapa Lea, saya lahir di Makassar, 11 Februari 2000, tepatnya hari Jumat pukul 12 : 05 WITA. Saya tinggal di Jln Perintis Kemerdekaan KM 17 Batu Tambung, Perumahan Sirinapacce. Saya lahir dari keluarga sederhana pasangan Muhammad Amir dan Titin.

Ayah saya adalah seorang PNS dan Ibu saya adalah seorang ibu rumah tangga. Ayah saya adalah pria berdarah bugis asli. Dan ibu saya adalah wanita berdarah Sunda asli. Saya adalah anak terakhir dari empat bersaudara. Saya memiliki 1 kaka laki-laki dan 2 kaka perempuan.

Saya menyelesaikan pendidikan SD saya di SD Negeri PAI Makassar pada Tahun 2012. Setelah itu saya melanjutkan pada tingkat SMP di SMP Negeri 30 Makassar, dan selesai pada tahun 2015. Masih pada tahun 2015, saya melanjutkan sekolah saya pada tingkat SMA di SMA negeri 7 Makassar, dan selesai pada tahun 2018. Pada tahun tersebut saya melanjutkan pendidikan saya di tingkat perguruan tinggi. Saya lolos pada seleksi nasional masuk perguruan tinggi negeri atau SNMPTN. Saya lolos di Universitas Hasanuddin Fakultas Peternakan.