

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Z. 2023. Analisis Strategi Pemasaran Azolla Frozen Food Bojonegoro dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Maisyatuna*. 4(2): 58-74.
- Abdullah, M. A. F. dan Fathihani. 2021. Analisis *Strategic Location* dan *Marketing Communication* Terhadap Minat Beli di Perumahan Azalea Garden Tangerang. *Jurnal Manajemen dan Ilmu Administrasi Publik*. 3(4): 284-290.
- Adriana, W. dan D. Suharman, 2021. E-Commerce Pada CV. Anugerah Pratama *Press*. *Jurnal Akademika*. 14(1): 99-104.
- 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. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2(1): 159-164.
- Agustinah, F. dan Widayati. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*. 4(2): 1-20.
- Altavista, K., R. Zakaria dan I. W. Suletra. 2022. Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Pada IKM Batik XYZ Solo. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*. 21(2): 151-160.
- Amalia, S. R., A. Bahar, Suhartiningsih dan R. D. Soeyono. 2021. Faktor Penentu Pemilihan Produk Pangan Beku (*Frozen Food*) Pada Generasi Y dan Z di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Tata Boga*. 10(1): 213-222.
- Anggarini, D. R. dan B. Permatasari. 2020. *Impluse Buying* ditentukan Oleh Promosi Buy 1 Get 1 Pada Pelanggan Kedai Kopi Ketje Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*. 6(2): 27-37.
- Anshori, M., D. Retnowati, A. F. Fudhla, G. Adriansyah, I. W. Ardhyani, A. D. Puspita, A. Muafa dan G. Santoso. 2021. Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pembuatan Frozen Food di UKM Raniah, Kebraon, Surabaya, Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3(2): 1-6.
- Apriyana, E. Susanti dan Z. Lubis. 2023. Perilaku Pembelian Mahasiswa Muslim dalam Mengonsumsi Makanan Halal di Indonesia. *Journal of Islamic Economics and Business*. 3(1): 1-10.
- Apriyanti, M. E. 2020. Pelayanan Terbaik Bagi Pelanggan Berperan Mempertahankan Kontinuitas Perusahaan. *Sosio E-Kons*. 12(1): 70-77.
- Ariyani, A. dan A. Fauzi. 2023. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 2(2): 23-28.

- Ashori, O. dan Mashariono. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk *Frozen Food KML Food*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. 6(1): 1-19.
- Asrori, I. 2020. Strategi Penentuan Harga Pada Rumah Makan. Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar dan Alumni Universitas Kapuas Sintang. 18(1): 84-90.
- Atmaja, I. M. D., S. Ali dan G. Subagia. 2022. Strategi Penetapan Harga dalam Upaya Mempertahankan Keberlangsungan Bisnis Grosir Pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Perspektif Bisnis. 5(1): 52-62.
- Auliya, S. P. 2021. *Event Marketing* Sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label. Jurnal Ilmiah Mahasiswa. 9(2): 1-18.
- Awwaly, K. U. A., S. Triatmojo, Y. Erwanto dan W. T. Artama. 2015. Komponen Bioaktif dalam Daging dan Sifat Fungsionalnya: Sebuah Kajian Pustaka. Jurnal Ilmu dan Teknologi Hasil Ternak. 10(1): 22-34.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan. 2023.
- Barung, L., R. Nahak, V. P. Clau dan M. D. Duli. 2023. Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Oeba Kota Kupang. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 2(4): 25-32.
- Bulan, T. P. L., K. Fazrin dan M. Rizal. 2017. Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. Jurnal Manajemen dan Keuangan. 6(2): 729-739.
- Burhanuddin. 2018. Strategi Pemasaran Makanan Khas Tradisional di Kecamatan Wotu. *Journal of Islamic Management and Bussines*. 1(2): 20-32.
- Chandra, R. 2015. Peranan Strategi Promosi dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan Pada Perusahaan jasa Perhotelan. Jurnal Manajemen dan Keuangan. 4(2): 376-382
- Christiani, J. dan A. Fauzi. 2022. Analisa Strategi Bauran Pemasaran 4P (*Price, Product, Place, Promotion*) Pada Usaha Prol Tape Sari Madu Jember Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis. 2(3): 16-23.
- Christine, C. Dan W. Budiawan. 2017. Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada House Of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*. 6(1): 1-8.
- Diah, H. T. dan A. Taufiq. 2022. Pengaruh *Expired Date* dan Tekstur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT. Lestari Alam Segar Kawasan Iindustri Medan (Kim) II Medan. *Journal Economic Management and Business*.1(2): 176-186.

- Diniaty, D. dan Agusrinal. 2014. Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan. *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*. 11(2): 175-184.
- Faisal, M., S. Susilowati dan O. R. Puspitarini. 2022. Tingkat Permintaan Produk Peternakan pada Kota Banjarmasin di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Peternakan Lokal*. 4(1): 35-44.
- Fakhrudin, A., M. V. Roellyanti dan Awan. 2022. *Bauran Pemasaran*. Deepublish: Yogyakarta.
- Farida, N. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Cakra Books. Solo.
- Fernando, M. F. dan N. M. A. Aksari. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sanitary Ware* Toto di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud*. 7(1): 441-469.
- Gurusinga, D. A. B., T. E. Siagian dan T. Hutagulung. 2023. Kesalahan Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Papan Nama Sekitar Medan Baru Padang Bulan. *Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*. 3(2): 1-9.
- Hamid, R., D. L. Radji dan Y. L. Ismail. 2020. Pengaruh *Empathy* dan *Responsiveness* Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pelanggan. *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*. 13(1): 27-38.
- Hanafi, S., M. Limonu dan P. N. Maspeke. 2021. Studi Penggunaan Kemasan Vakum dan Non Vakum Terhadap Mutu Olahan Bola Singkong Sagela (Hot Boss) Pada Penyimpanan Beku. *Journal of Food Technology*. 3(1): 10-18.
- Handayani, F., M. Khairunisa dan S. Muir. 2022. Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa di *Marketplace Shopee* ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. *Journal of Sharia and Law*. 1(1): 51-60.
- Hanggita, A. T. 2018. Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada UMKM di Kecamatan Paciran. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 8(2): 167-176.
- Hapsari, C. M. 2022. Prakondisi Label BPOM Bagi Pelaku UMKM Sebagai Regulasi Pengiriman Komoditas Perdagangan Internasional dalam Prespektif Hukum. *Jurnal Economina*. 1(2): 289-310.
- Hasim dan S. D. Oktaria. 2023. Penggunaan Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Buket Sbuket.id. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1(1): 1-10.
- Hayati, R. 2022. Strategi Pemasaran Makanan Beku (*Frozen Food*) Berbahan Dasar Daging Ayam Pada CV. Indomitra Cipta Pangan, Kota Tangerang. *Skripsi*. Program Studi Agribisnis. Jakarta.

- Hedynata, M. L. dan W. E. D. Radianto. 2016. Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan *Luscious Chocolate Potato Snack*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. 1(1): 87-96.
- Hendrayani, E., W. Sitinjak, G. P. E. Kusuma, D. A. Yani, N. N. K. Yasa, T. Chandrayanti, V. Wisataone, A. Wardhana, R. Sinaga dan N. Hilal. 2021. Manajemen Pemasaran (dasar & Konsep). Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Herliansyah, N. Octarinie dan A. Rasjid. 2021. Analisis Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Semen PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk di Kota Palembang. Jurnal terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis. 1(6): 288-297.
- Heryana, A. 2018. Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif. Universitas Esa Unggul. 25(15): 1-14.
- Hulu, E., Y. Mendrofa dan S. M. Kakisina. 2022. Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunungsitoli. Jurnal Ilmiah Simantek. 6(4):106-115.
- 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.
- Irwanto, A., F. Rohman dan Noermijati. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya Pada Terbentuknya *Word-of-mouth* di Perumahan Madani Group Jabodetabek. Jurnal Aplikasi Manajemen. 11(1): 85-94.
- Jamlean, S., S. R. J. Saleky dan V. R. Pattipeilohy. 2022. Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Pembelian Konsumen. Jurnal Administrasi Terapan. 1(1): 151-157.
- Juniyanti dan A. Saputra. 2022. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Frozen Food* di Kota Batam. Jurnal Ilmiah Mahasiswa. 4(5): 1-10.
- Khairina, AR. 2016. Pengaruh Harga, Lokasi dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Hotel *Harum Square* di Kota Lhokseumawe. Jurnal Visioner & Strategis. 5(2): 9-16.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran (Terjemahan). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kristiandi, K., D. Mahmuda, N. F. Yunita dan Maryono. 2022. Pendampingan Pembuatan dan Pengemasan *Frozen Food* Pada Ibu Rumah Tangga. Jurnal Pengabdian Masyarakat. 5(2): 216-222.

- Laila, O., P. Dakhi dan E. F. Zalogo. 2021. pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. As Laia Di Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. 6(1): 10-22.
- Mahardhika, Y. dan Y. Nurdian. 2022. Resureksi Pangan Olahan Beku Produk Unggulan Walikukun Ngawi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 5(1): 38-44.
- Mahgfira, L., M. Nasir dan Jamilah. 2020. Sistem Pendeteksi Kualitas Daging Berbasis *Android*. *Jurnal Teknologi Rekayasa Informasi dan Komputer*. 3(2): 32-41.
- Mahsun, A., M. Aqshal, M. Alex, T. Lukiana, D. Juhara, B. Dwi, E. Yulawati dan Suparto. 2023. Pendampingan Penggunaan Social Media Ads Pada Usaha Naisha *Frozen Food*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 1(7): 648 – 654.
- Manggoa, D. A., M. Bunga dan R. P. C. Fanggidae. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Ojek Online Grabbike di Kota Kupang). *Jurnal Manajemen*. 11(1): 1-18.
- Martowinangrum, K., D. J. S. Lestari dan Karyadi. 2019. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Co-Management*. 1(2): 139-152.
- Mas'ari, A., M. I. Hamdy dan M. D. Safira. 2019. Analisa Strategi *Marketing Mix* menggunakan Konsep 4P (*Price, Product, Place, Promotion*) Pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah*. 5(2): 79-86.
- 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.
- Mujiono, F. V. S. 2018. Analisis Pengaruh Label Halal, Pendapatan dan Harga Produk Terhadap Prefrensi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. 6(2): 1-15.
- Muntaha, D. A. D. Suganda dan M. S. Hadian. 2020. Aspek Keselamatan dan Kenyamanan yang Perlu diperhatikan Oleh *Entrepreneur* dalam Pembuatan Wisata Berbasis Wisata Peternakan. *Journal of Sustainable Tourism Research*. 2(3): 48-50.
- Muslim, S., Zainab dan W. Jafar. 2020. Konsep Penetapan Harga dalam Perspektif Islam. *Journal of Islamic Economics*. 2(1): 1-11.
- Musyawah, I. Y. dan D. Idayanti. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*. 1(1): 1-13.

- Ningsih, D. D. S. dan M. R. Maika. 2020. Strategi Bauran Pemasaran 4P dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 6(3): 693-702.
- Nugraha, P. P. 2023. Keunikan Model Marketing dari Mulut Ke Mulut dalam Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*. 2(10): 3160-3169.
- Nurani dan T. Wuryanto. 2014. Analisis Bauran Distribusi Selektif Agen dan Sub Agen Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Area Pemasaran Kabupaten Blitar). *Jurnal BONOROW*. 1(2): 23-34.
- Nurhalima, Megawati dan A. Abdullah. 2024. Pengaruh Strategi Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk *Frozen Food* (Studi Pada Akun Tiktok @Dakonfrozenfood). *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*. 1(3): 55-70.
- Nurhayaty, M. 2022. Strategi *Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence)* 7P di PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*. 8(2): 119-127.
- Nurjanah, S. 2021. Analisis Strategi Pemasaran *Frozen Food* (Studi Kasus Pada CV. Sakana). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Bogor.
- Nurliyanti, N., A. A. Susanti dan B. Hadibrata. 2022. Pengaruh Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (*Literature Review Strategic Marketing Management*). *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik*. 2(2): 224-232.
- Nurngaeni, A. 2021. Analisis Strategi Pemasaran dengan Pendekatan *Marketing Mix*. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*. 4(2): 192-202.
- Noe, K. B., A. E. L. Nyoko dan R. P. C. Fanggidae. 2022. Analisis Pengendalian Kualitas Produksi Pada Perusahaan Meubel UD. Barokah Indah di Kota Kupang. *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*. 3(1): 31-39.
- Oroh, G. J., O. S. Nelvan dan G. G. Lumintang. 2023. Penerapan Marketing Mix 7P Pada CV. Indocipta Karya Gemilang Leilem. *Jurnal Emba*. 11(1): 465-474.
- Oscar, B. dan H. C. Megantara. 2020. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*. 10(1): 1-12.
- Pratiwi, N. I. 2017. Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*. 1(2): 202-224.
- Priangani, A. 2013. Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*. 2(4): 1-9.

- Purbohastuti, A. W. 2021. Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*. 7(1): 1-17.
- Puspitasari, D. M. dan R. Herdian. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Diskon Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. 5(6): 2273-2730.
- Putri, N. B. dan J. A. Effendy. 2022. Analisa Pengaruh *Product, Price, Place*, dan *Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Goreng Echo. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 7(5): 575-588.
- Putri, S. R. dan S. Andarini. 2022. Persepsi Pencantuman Label Halal, Label BPOM, dan Tanggal Kadaluarsa Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Minuman *Ready to Drink* Di Surabaya. *Journal on Islamic Economics*. 8(1): 1-18.
- Putri, T. Y., T. Anggraini dan R. D. Harahap. 2023. Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 11P Pada UMKM Tenis (Teh Nikmat Sidamanik). *Jurnal Rampun Ekonomi Syariah*. 6(1): 37-48.
- Ramadhani, A. N., M. I. Fasa dan Suharto. 2022. Analisis Metode Pembayaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada *E-Commerce*: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*. 15(1): 111-119.
- Ramadhani, D., C. W. Wolor dan M. Marsofiyati. 2023. Pengelolaan Sarana Prasarana dalam Mendukung Kegiatan Operasional Perusahaan. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*. 1(6): 211-220.
- Rijali, A. Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*. 17(33): 81-95.
- Rusdi, M. 2019. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*. 6(2): 49-54.
- Saepul, S. A., N. Mulyatini dan F. H. E. Prabowo. 2019. Analisis Faktor-Faktor Penetapan harga Lokasi Strategis Perusahaan PT. Pos Indonesia Cabang Ciamis Sebelum dan Sesudah Renovasi. *Business Management and Entrepreneurship Journal*. 1(2): 25-41.
- Sakinah, L. N., M. I. P. Nasution dan M. I. Harahap. 2023. Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pra, Masa, dan Pasca Covid-19. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*. 20(2): 301 – 318.
- Sanjaya, S. dan N. Pratiwi. 2018. Pengaruh *People, Process* dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan atas Pelayanan Pada Perbankan Syariah di Kota Padang. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*. 3(2):193-201.

- Santoso, I., S. A. Mustaniroh dan D. Pranowo. 2018. Keakraban Produk dan Minat Beli *Frozen Food*: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan dan Lingkungan Sosial. *Jurnal Ilmu keluarga dan Konsumen*. 11(2): 133-144.
- Saragih, H. 2015. Analisis Strategi Penetapan Harga dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Nutricia Indonesia Sejahtera Meda. *Jurnal Ilmiah Methonomi*. 1(2): 46-54.
- Sari, E. N. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Frozen Food di masa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. Program Studi Ekonomi Syariah. Lampung.
- Sari, G. G. dan G. E. Gusti. 2017. Penerapan Strategi *Word To Mouth* Dalam Sistem Jual Beli di Kelompok Pengajian Salafi Kota Pekanbaru. *Jurnal Lontar*. 5(1): 17-26.
- Seran, R. B., E. Sundari dan M. Fadhila. 2023. Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Manajemen*. 8(1): 206-211.
- Setiawan, W. dan D. S. Sugiharto. 2014. Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 2(1): 1-8.
- Shalahuddin, A. 2022. Strategi penentuan Lokasi Usaha Warung Kopi dengan Metode Pemingkatan Faktor di Kota Pontianak. 5: 465-475.
- Shareen, S. dan N. R. Andayani. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kara Santan PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk. *Journal of Applied Business Administration*. 2(1): 46-59.
- Shofi, N. L. dan I. K. Swasti. 2024. Strategi Pemasaran Pada UMKM di Sirah Kencong Melalui Pembuatan Banner Marketing (*Strategy for Msmes In Sirah Kencong Through Banner Creating*). *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 3(1): 81-86.
- Sinuraya, J., M. Tarigan, W. Sry 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. *Jumas: Jurnal Masyarakat*. 2(1): 26-33.
- Siraj, D. dan Fikrah. 2020. Analisis Pengaruh Luas Lahan Parkir Terhadap Pendapatan Pemilik Usaha Kafe dan Restoran di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. 5(4): 222-233.
- Sofiati, N. A. 2014. Pengaruh People, Process dan Physical Evidence Terhadap Tingkat Keputusan Menjadi Nasabah BNI Taplus Pada BNI Cabang Dago Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*. 13(1): 1-16.

- Sucipta, I. N., K. Suriasih dan P. K. D. Kencana. 2017. Pengemasan Pangan (Kajian Pengemasan Yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efisien). Udayana University Press: Denpasar.
- Sukma, E. A., A. Fauzi dan F. Yaningwati. 2012. Suasana Toko dalam Menciptakan Emosi dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 6(1): 60-87.
- Sundari, R. 2023. Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Makanan Beku / *Frozen Food* di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Comel *Frozen Food*). *Jurnal Bisnis Kompetitif*. 2(3): 203-209.
- Suryadarmawan, I. G. A. G., N. K. S. A. Sukawati, I. K. S. Giri dan I. K. O. A. Surya. 2021. Perencanaan Karakteristik Ruang Parkir Kendaraan Pada SMA (Slua) Saraswati 1 Denpasar. *Jurnal Ilmiah Kurva Teknik*. 10(1): 55-61.
- Suryadi, D. 2019. Perilaku Konsumen dan Upayanya dalam Pelayanan Prima Bagi Pelanggan. *Jurnal Asy- Syukriyyah*. 20(2): 85-106.
- Susanti, S. dan Mashudi. 2022. Analisis Pandangan Masyarakat Bangkalan Terhadap Produk dengan Label Halal. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*. 6(2): 146- 158.
- Susilowati. 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Pakuan dalam Memilih Rumah Kost. *Jurnal Komunikasi*. 4(2): 1-10.
- Tarigan, W. J., V. Tarigan dan D. S. Purba. 2022. Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Pembelian Konsumen Alfamart Perumnas Batu 6 Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. 10(3): 433-444.
- Triagita, A., N. Apriani, D. W. Yudanto dan Z. N. Lutfiah. 2024. Analisis Dampak Penggunaan Transaksi Non Tunai (*Cashless*) Terhadap Pertumbuhan UMKM. *Prosiding SEMANIS : Seminar Nasional Manajemen Bisnis*. 2(1): 876-885.
- Usli, V. A. 2022. Analisis Strategi Penetapan Harga PT. Grab di Indonesia. *Jurnal Bisnis Net*. 5(2):133-139.
- Walean, R. H., H. Harianja dan E. N. Karwur. 2020. *The Effect of Marketing Mix Towards Consumer Purchase Intention In Carrefour Transmart Kawanua. Journal of Management*. 1(2): 20-40.
- Warto dan Samsuri. 2020. Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Journal of Islamic Economics and Banking*. 2(1): 98-112.
- Wibowati, J. I. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*. 8(2): 15-31.

- Widiastomo, H. E. H. dan A. Achsa. 2021. Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Kinerja. 18(1): 15-23.
- Widyana, S. F. dan A. D. Naufal. 2018. Analisis Kualitas Operasional Produksi (Survei Terhadap PT Aerofood Indonesia). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*. 8(2): 53-61.
- Zahara, A. N. dan Nunsina. 2022. Perancangan Aplikasi Pemesanan Makanan Online Berbasis Web (E-del). *Journal of Information System, Computer Science And Information Technology*. 3(2): 1-8.
- Zuhroh, D. dan C. Pratiwi. 2014. Penentuan Harga Jual Strategik Terhadap Produk dengan Strategi Biaya Rendah dan Diferensiasi. *Jurnal Siasat Bisnis*. 18(1): 133-142.
- Zulfa, I. dan T. Hariyani. 2022. Implementasi Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Volume Penjualan UKM Ampuh di Kabupaten Kediri pada masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*. 2(1): 299-314.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Penelitian









**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
TINGGI UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS PETERNAKAN
Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10 Makassar, 90245
Telp / Fax (0411) 587217, e-mail : peterernakan@unhas.ac.id
Web : www.unhas.ac.id/peterernakan**

KUESIONER KEGIATAN PENELITIAN MAHASISWA

Penerapan Bauran Pemasaran Pada Usaha Momken *Frozen Food* di Kota Makassar

**Oleh :
Aulia Dzulfa Inayah (I011 20 1242)**

Pengambilan data ini dilakukan dengan tujuan untuk menyelesaikan skripsi, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1). Informasi yang didapatkan dari survei ini hanya akan digunakan untuk keperluan analisis, maka peneliti bermaksud menyebarkan kuesioner dan mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisinya dengan jujur, benar serta akurat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, informasi yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara(i), peneliti mengucapkan terima kasih.

Identitas Responden

Nama :
Umur : Tahun
Jenis Kelamin :
Tingkat Pendidikan Terakhir :
Pekerjaan :

Daftar Pertanyaan Untuk Owner dan Karyawan

Jawablah pertanyaan dengan baik dan benar sebagai berikut ini!

1. Bagaimana awal mula berdirinya usaha Momken *Frozen Food*?

Jawab :

2. Apa visi dan misi dengan berdirinya usaha Momken *Frozen Food*?

Jawab :

3. Bagaimana struktur organisasi di usaha Momken *Frozen Food*?

Jawab :

Product (Produk)

1. Produk apa saja yang ditawarkan?

Jawab :

2. Target produk anda untuk kalangan siapa saja?

Jawab :

3. Bagaimana cara anda memastikan bahwa produk yang dijual bisa terjaga kualitasnya?

Jawab :

4. Bagaimana cara anda memastikan kemasan produk anda sehingga aman untuk produk dan dapat dikenali oleh konsumen?

Jawab :

5. Apakah anda membuat semacam label halal atau merek di kemasan anda?

Jawab :

Price (Harga)

1. Apakah dalam usaha anda pernah melakukan kegiatan promosi berupa potongan harga? Jika pernah, apakah membuat para konsumen banyak membeli produk di usaha Momken *Frozen Food*?

Jawab :

2. Bagaimana cara anda menetapkan harga produk yang ingin anda pasarkan? Apakah harganya sudah sesuai dengan produk yang anda diberikan?

Jawab :

Place (Tempat)

1. Bagaimana Usaha Momken *Frozen Food* memilih tempat/lokasi yang ditempati sampai sekarang?

Jawab :

2. Bagaimana cara anda membuat konsumen tertarik untuk datang ke tempat anda?

Jawab :

3. Bagaimana sistem saluran distribusi di Momken *Frozen Food* ini?

Jawab :

Promotion (Promosi)

1. Apakah Momken *Frozen Food* ini melakukan promosi?

Jawab :

2. Media apa yang digunakan untuk melakukan promosi?

Jawab :

3. Apa alasan anda memilih media tersebut untuk melakukan promosi?

Jawab :

4. Kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan Momken *Frozen Food*?

Jawab :

5. Apa yang menjadi alasan anda memilih promosi tersebut?

Jawab :

People (Orang)

1. Bagaimana menurut anda, bahwa pelayanan yang diberikan mampu menciptakan kepuasan pelanggan/konsumen terhadap usaha Momken *Frozen Food* ini?

Jawab :

2. Bagaimana ketepatan anda dalam menanggapi pesanan dari konsumen?

Jawab :

3. Bagaimana keramahan pelayanan yang anda diberikan kepada konsumen?

Jawab :

Process (Proses)

1. Apakah proses pemesanan secara langsung maupun tidak langsung di usaha Momken *Frozen Food* ini memudahkan konsumen?

Jawab :

2. Apakah prosedur pembayaran baik tunai maupun non tunai memudahkan konsumen?

Jawab :

Physical evidence (Bukti Fisik)

1. Bagaimana ketersediaan tempat parkir di usaha Momken *Frozen Food* ini bagi konsumen yang datang?

Jawab :

2. Bagaimana penataan ruang dalam bangunan di usaha Momken *Frozen Food* ini?

Jawab :

3. Bagaimana ketersediaan toilet di usaha Momken *Frozen Food* sebagai fasilitas pendukung?

Jawab :

Terima Kasih



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
TINGGI UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS PETERNAKAN
Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10 Makassar, 90245
Telp / Fax (0411) 587217, e-mail : peterernakan@unhas.ac.id
Web : www.unhas.ac.id/peterernakan**

KUESIONER KEGIATAN PENELITIAN MAHASISWA

Penerapan Bauran Pemasaran Pada Usaha Momken *Frozen Food* di Kota Makassar

**Oleh :
Aulia Dzulfa Inayah (I011 20 1242)**

Pengambilan data ini dilakukan dengan tujuan untuk menyelesaikan skripsi, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1). Informasi yang didapatkan dari survei ini hanya akan digunakan untuk keperluan analisis, maka peneliti bermaksud menyebarkan kuesioner dan mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisinya dengan jujur, benar serta akurat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, informasi yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara(i), peneliti mengucapkan terima kasih.

Identitas Responden

Nama :
Umur : Tahun
Jenis Kelamin :
Tingkat Pendidikan Terakhir :
Pekerjaan :

Daftar Pertanyaan Untuk Konsumen

Jawablah pertanyaan dengan baik dan benar sebagai berikut ini!

1. Apakah anda sudah mengenal usaha Momken *Frozen Food*?

- a. Ya
- b. Tidak

Jawab :

2. Dari mana anda mengenal usaha Momken *Frozen Food*?

- a. Sosial media
- b. Teman
- c. Keluarga
- d. Lainnya

Jawab :

3. Sudah berapa kali anda datang di usaha Momken *Frozen Food*?

- a. Dua kali
- b. Tiga kali
- c. Lebih dari tiga kali

Jawab :

4. Apa yang membuat anda ingin kembali membeli produk di usaha Momken *Frozen Food*?

- a. Harga yang terjangkau
- b. Banyak varian makanan
- c. Promo makanan yang menarik
- d. Lainnya

Jawab :

5. Produk apa yang paling anda sukai di usaha Momken *Frozen Food*?
 - a. Bumbu masakan
 - b. Bahan kue
 - c. Aneka cemilan
 - d. *Frozen food*

Jawab :

6. Menurut anda, apakah produk dari usaha Momken *Frozen Food* ini dapat dinikmati oleh semua kalangan usia?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Jawab :

7. Apakah produk di usaha Momken *Frozen Food* ini telah terdapat semacam label halal/merek pada kemasan anda?

Jawab :

8. Menurut anda, apakah harga yang ditawarkan sudah cukup terjangkau?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Jawab :

9. Menurut anda, apakah lokasi atau tempat usaha Momken *Frozen Food* ini dapat dibilang cukup strategis?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Jawab :

10. Dari segi tempat usaha, apakah anda nyaman saat datang untuk membeli produk dari segi fasilitas tempat yang diberikan?

- a. Ya
- b. Tidak

Jawab :

11. Bagaimana kejelasan panduan sebagai petunjuk jalan menuju lokasi usaha Momken *Frozen Food*?

- a. Sangat jelas
- b. Jelas
- c. Cukup jelas

Jawab :

12. Apakah anda mengikuti media sosial yang digunakan pada usaha Momken *Frozen Food* ini?

- a. Ya
- b. Tidak

Jawab :

13. Dimana saja anda bisa melihat promosi yang dilakukan pada usaha Momken *Frozen Food*?

- a. Sosial media
- b. *Marketplace*
- c. Brosur
- d. Spanduk/baliho

Jawab :

14. Apakah kegiatan promosi yang dilakukan usaha Momken Frozen ini dapat menarik pelanggan?

- a. Ya
- b. Tidak

Jawab :

15. Menurut anda, bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh usaha Momken *Frozen Food*?

- a. Sangat puas
- b. Sangat ramah
- c. Sangat sopan
- d. Lainnya

Jawab :

16. Dari segi pembayaran, biasanya anda lebih suka menggunakan metode pembayaran apa?

- a. Tunai
- b. Non tunai

Jawab :

17. Bagaimana ketersediaan tempat parkir dan keluasan toko di usaha Momken *Frozen Food* ini?

- a. Sangat luas
- b. Luas

c. Cukup luas

Jawab :

Terima Kasih



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
TINGGI UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS PETERNAKAN
Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10 Makassar, 90245
Telp / Fax (0411) 587217, e-mail : peterernakan@unhas.ac.id
Web : www.unhas.ac.id/peterernakan**

KUESIONER KEGIATAN PENELITIAN MAHASISWA

Penerapan Bauran Pemasaran Pada Usaha Momken *Frozen Food* di Kota Makassar

**Oleh :
Aulia Dzulfa Inayah (I011 20 1242)**

Pengambilan data ini dilakukan dengan tujuan untuk menyelesaikan skripsi, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1). Informasi yang didapatkan dari survei ini hanya akan digunakan untuk keperluan analisis, maka peneliti bermaksud menyebarkan kuesioner dan mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisinya dengan jujur, benar serta akurat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, informasi yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara(i), peneliti mengucapkan terima kasih.

Identitas Responden

Nama :
Umur : Tahun
Jenis Kelamin :
Tingkat Pendidikan Terakhir :
Pekerjaan :

Daftar Pertanyaan Untuk Dinas Peternakan dan Dosen Fapet UH

Jawablah pertanyaan dengan baik dan benar sebagai berikut ini!

1. Bagaimana tanggapan anda mengenai strategi produk pada usaha Momken *Frozen Food*?

Jawab :

2. Bagaimana tanggapan anda mengenai strategi harga yang dilakukan pada usaha Momken *Frozen Food*? Apakah harganya sesuai dengan produk yang diberikan?

Jawab :

3. Bagaimana tanggapan anda mengenai tempat/saluran distribusi pada usaha Momken *Frozen Food*?

Jawab :

4. Bagaimana tanggapan anda mengenai strategi promosi yang dapat bisa dilakukan pada usaha Momken *Frozen Food*?

Jawab :

5. Bagaimana tanggapan anda mengenai strategi orang terkait kualitas pelayanan yang diberikan oleh usaha Momken *Frozen Food*?

Jawab :

6. Bagaimana tanggapan anda mengenai strategi proses yang dilakukan pada usaha Momken *Frozen Food*? Apakah dari segi pemesanan maupun segi pembayaran memudahkan para konsumen?

Jawab :

7. Bagaimana tanggapan anda mengenai strategi bukti fisik usaha Momken *Frozen Food*, baik dari ketersediaan parkir ataupun penataan ruang?

Jawab :

Terima Kasih

BIODATA PENELITI



Aulia Dzulfa Inayah (I011 20 1242) yang biasa dipanggil Aulia lahir di Kota Makassar pada tanggal 24 Juli 2002. Penulis anak kedua dari empat bersaudara. Nama Ayah penulis bernama Ir. Eka Wydi Adi dan nama Ibu penulis bernama Diana Rafmiatun. Pada tahun 2008, penulis mulai bersekolah di SDIT Ar-Rahmah selama 6 tahun hingga pada tahun 2014, berlanjut ke SMPIT Ar-Rahmah selama 3 tahun hingga pada tahun 2017. Setelah itu, penulis melanjutkan sekolahnya lagi di SMA Negeri 17 Makassar sampai tahun 2020. Namun, penulis tidak berhenti sampai pada jenjang SMA, maka dari itu penulis melanjutkan pendidikan kuliah pada tingkat strata (S1) di Universitas Hasanuddin. Penulis masuk dengan jalur tes seleksi Mandiri 2020 dan berhasil diterima di jurusan peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin. Penulis memasuki di organisasi fakultas yaitu organisasi Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Peternakan Universitas Hasanuddin (HIMSENA-UH) dimana dengan berorganisasi penulis dapat meningkatkan pengetahuan penulis. Saat pertama kali memasuki dunia perkuliahan, penulis merasa tidak percaya akan pencapaiannya bisa sampai ke titik ini. Seiring berjalannya waktu, penulis mulai merasakan dan beradaptasi terhadap dunia perkuliahan. Impian penulis adalah membanggakan kedua orang tua dan dapat mencapai cita-cita penulis.