

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. (2016). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Andriyanto, I. D. (2017). Analisis Swot Dalam Pengembangan Bisnis. *Bisnis* , Vol. 5, No. 2.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik* .
- Hutami, R., Zain, E., & Theo, R. (2017). Saluran Distribusi Produk Pangan Jajanan Anak Sekolah ( Pjas ) Berbasis Olahan Daging Distribution Channel Of Meat Based Snack That Is Consumed By School Students. *Jurnal Pertanian*, 8(1), 58–65.
- Indrasari, Y. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat Di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44–50. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.14.1.44-50>
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Leona, E., Iranita, I., & Wulandari, K. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Es Teh Indonesia Cabang Tanjungpinang (Doctoral Dissertation, Universitas Maritim Raja Ali Haji)
- Moleoeng, L. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Bumi Aksara.
- Maulidiyah, M. (2022). *Strategi Pemasaran Teh Pada Perusahaan Bumi Teh Mandiri* (Doctoral Dissertation, Universitas Siliwangi).
- Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta (Payne, 1993): Rajawali.
- Munishi, R. G., Mgelwa, A. S., & Guan, X. (2017). Exploring Factors Affecting Performance Of Smallholder Tea Farmers In Tanzania. *Journal Of Economics And Sustainable Development*, 8(20).
- Pangan, J., No, V., Adhamatika, A., & Murtini, E. S. (2021). *Pengaruh Metode Pengeringan Dan Persentase Teh Kering Terhadap Karakteristik Seduhan Teh Daun Bidara ( Ziziphus Mauritiana L . ) The Effect Of Drying Method And Percentage Of Dried Tea On The Characteristics Bidara Leaves Tea ( Ziziphus Mauritiana L . )*. 9(4), 196–207.

- Putri, B. (2021). Analisis Matriks Ifas Dan Efas Pt Unilever Tbk Pada Pandemi Covid 19. Jakarta Barat: Jurnal Bina Nusa. Vol 14. No 2
- Rangkuti, F. (2019). *Strategi Yang Kreatif Dan Analisis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rosyalina, Maulida Nabila, And Gema Wibawa Mukti. "Strategi Pemasaran Teh Celup Goalpara Industri Hilir Teh Pt. Perkebunan Nusantara Viii (Studi Kasus Industri Hilir Teh Ptpn Viii Bandung, Provinsi Jawa Barat)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh* 6.1 (2019): 44-53.
- Septian, Yad (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Teh Pada Pt. Perkebunan Tambi Wonosobo Dengan Pendekatan Canvas Business Model Dan Analisis Swot (Disertasi Doktoral)
- Smith, J., & Johnson, A. (2018). "A Comprehensive Review Of Tea Processing Methods And Their Impact On Tea Quality." *Journal Of Food Science*, 83(2), 298-305.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi .
- Wibowo, D. H. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 29 No.1.
- Wigaga, A. (2020). Analisis Swot Strategi Pemasaran Agrowisata Kebun Teh Jamus Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Di Desa Girikerto, Kecamatan Sine, Kabupaten Ngawi (Disertasi Doktoral, Iain Ponorogo).

**LAMPIRAN KUESIONER**

Hal : Pengisian Kuisoner

Kepada Yth,

Bapak/ibu

Ditempat

Dengan hormat saya

Nama : Muhammad Akhsin Maburr

NIM : 20/21850/EP-SPA A

Pekerjaan : Mahasiswa Instiper Yogyakarta

Sedang melakukan penelitian dengan judul “Evaluasi strategi pemasaran teh di Kelurahan Ngargosari Kecamatan Samigaluh Kabupaten Kulon Progo”. Terkait dengan kebutuhan dalam melakukan proses penelitian, peneliti menyusun kuesioner yang didalamnya terdapat pertanyaan-pertanyaan yang bermaksud untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Kelengkapan dan kebenaran jawaban bapak/ibu sangat membantu peneliti dalam proses penelitian ini.

Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan terimakasih

Hormat saya

Muhammad Akhsin Maburr



Jika bpk/ibu menjawab belum atau ragu-ragu berikan alasannya

Jawaban:

4. Apakah di kemasan produk bpk/ibu sudah ada informasi yang diberikan seperti intruksi penggunaan dan tanggal kadaluarsa?
- a. ya
  - b. tidak
  - c. ragu ragu

Jika bpk/ibu menjawab sudah berapakah bulan/thn teh bpk/ibu kadaluarsa?

Jawaban:

Jika belum dan ragu- ragu berikan alasannya

Jawaban:

5. Apakah label di kemasan sudah ada informasi mengenai manfaat mengkonsumsi teh yang bpk/ibu produksi?
- a. Ya
  - b. Tidak
  - c. ragu-ragu

Jika sudah, berikan informasi manfaat teh yang bpk/ibu berikan di kemasan produk anda.

Jawaban:

6. Apakah ada perbedaan teh bpk/ibu dengan teh yang ada di pasar?
- a. Ya
  - b. Tidak
  - c. ragu-ragu

Jika ada perbedaan berikan alasannya

Jawaban;

7. Apakah produk teh bpk/ibu ada banyak varian?
- a. ya
  - b. tidak
  - c. ragu-ragu

Jika ada, Mana yang paling disukai konsumen?

Jawaban;

## b. Harga

1. Apakah harga yang bpk/ibu tawarkan sebanding dengan kualitas yang diberikan?
- a. ya
  - b. tidak
  - c. ragu-ragu

Jika bpk/ibu menjawab belum sebanding berikan alasannya.

Jawaban:

2. Apakah ada perubahan harga jika teh dititipkan di toko-toko?
  - a. ya
  - b. Tidak
  - c. ragu-ragu

Berikan alasannya

Jawaban:

3. Apakah harga teh yang di titipkan di toko-toko pernah berubah naik turun?
  - a. ya
  - b. Tidak
  - c. ragu- ragu

Jika bpk/ibu menjawab pernah, berikan alasan yang sesuai dengan jawabannya

Jawaban;

4. Apakah harga yang ditawarkan mempengaruhi daya Tarik pembeli?
  - a. Ya
  - b. Tidak
  - c. ragu-ragu

Berikan alasan yang sesuai dengan jawaban bpk/ibu

Jawaban:

c. Tempat

1. Apakah lokasi bpk/ibu strategis untuk dikunjungi oleh konsumen?
  - a. ya
  - b. tidak
  - c. ragu ragu

Berikan alasan yang sesuai dengan jawaban bpk/ibu

Jawaban;

2. Adakah hal yang menarik untuk membuat konsumen penasaran dengan lokasi bpk/ibu?
  - a. ya
  - b. Tidak
  - c. ragu-ragu

Jika ada berikan alasan yang sesuai dengan jawaban bpk/ibu

Jawaban;

3. Adakah fasilitas yang membuat konsumen suka dan belanja di lokasi bpk/ibu/?
  - a. ya
  - b. Tidak
  - c. ragu-ragu

Jika ada, fasilitas apa yang bapak/ibu berikan ke konsumen

Jawaban

d. Promosi

1. Pernahkah bapak/ibu melakukan promosi?

a. Ya c. ragu-ragu

b. Tidak

Jika pernah, Promosi apa saja yang pernah dilakukan?

Jawaban:

2. Pernahkah bapak/ibu melakukan penjualan teh lewat internet?

a. Ya c. ragu-ragu

b. Tidak\

Jika pernah, lewat media apa bapak/ibu menjual produknya?

Jawaban:

Jika tidak pernah, untuk kedepannya apakah ada rencana untuk memasarkan produknya lewat internet?

Jawaban;

3. Pernahkah produk bapak/ibu di promosikan oleh seseorang untuk membantu menjualkan produknya?

a. Ya c. ragu-ragu

b. Tidak

4. Apakah bapak/ibu sudah membranding produk teh ini dengan cara menjualnya via online?

a. Ya c. ragu-ragu

b. Tidak

Jika jawaban bapak/ibu menjawab sudah, cara membrandingnya seperti apa

Jawaban:

**KUESIONER PENELITIAN EVALUASI STRATEGI BAURAN  
PEMASARAN 4P KOMODITAS TEH DI DUSUN TRITIS KELURAHAN  
NGARGOSARI KECAMATAN SAMIGALUH KABUPATEN  
KULONPROGO**

Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran teh di kelurahan Ngargosari kecamatan Samigaluh kabupaten Kulon Progo. Kami sangat mengharapkan ketersediaannya dari bapak/ibu dalam pengisian kuesioner ini. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih

Data identitas responden

No. Responden :

Nama Responden :

Jenis kelamin : a. laki-laki b. Perempuan

Usia :

Pendidikan :

**KUESIONER**

No	Faktor Strategis Internal	Skor
	<b>Faktor Kekuatan</b>	
1.	Ngargosari sebagai tempat wisata	
2.	Bahan baku teh	
3.	Rasa dan aroma teh yang khas	
4.	Pilihan produk bervariasi	
5.	Daya tahan produk	
	<b>Faktor Kelemahan</b>	
1.	Kualitas kemasan produk teh	
2.	Saluran pemasaran teh	
3.	Sarana prasarana pemasaran belum memadai	
4.	Jumlah pembeli masih terbatas	



5.	Belum melakukan promosi melalui media sosial	
----	--	--

Keterangan pengisian faktor kekuatan

Apabila bapak/ibu menganggap bahwa poin 1 s/d 5 untuk kekuatan maka bapak/ibu bisa menuliskan point pada skor yang ada di bawah.

Skala	Definisi
1	Sangat lemah
2	Lemah
3	Sedang
4	Kuat
5	Sangat kuat

Keterangan pengisian faktor kelemahan

Apabila bapak/ibu menganggap bahwa poin 1 s/d 5 untuk kelemahan maka bapak/ibu bisa menuliskan point pada skor yang ada di bawah.

Skala	Definisi
5	Sangat Kuat
4	Kuat
3	Sedang
2	Lemah
1	Sangat lemah

No	Faktor Strategis Eksternal	Skor
	<b>Faktor Peluang</b>	
1.	Jumlah pertumbuhan penduduk	
2.	Adanya potensi pasar	
3.	Daya beli Masyarakat	
4.	Perkembangan teknologi	
5.	Teh menjadi salah satu kebutuhan sehari-hari	

<b>Faktor Ancaman</b>	
1.	Konsumen rentan terhadap harga teh
2.	Perkembangan ilmu pengetahuan tentang pemasaran
3.	Luas lahan teh
4.	Kompetitor merk lain
5.	Adanya alternatif jenis pekerjaan lain

Keterangan pengisian Peluang

Apabila bapak/ibu menganggap bahwa poin 1 s/d 5 untuk peluang bapak/ibu bisa menuliskan point pada skor yang ada di bawah.

<b>Skala</b>	<b>Definisi</b>
1	Sangat lemah
2	Lemah
3	Sedang
4	Kuat
5	Sangat kuat

Keterangan pengisian Ancaman

Apabila bapak/ibu menganggap bahwa poin 1 s/d 5 untuk Ancaman bapak/ibu bisa menuliskan point pada skor yang ada di bawah.

<b>Skala</b>	<b>Definisi</b>
5	Sangat kuat
4	Kuat
3	Sedang
2	Lemah
1	Sangat lemah