

DAFTAR PUSTAKA

- Accurate (2020, Oktober 9). *Strategi pemasaran 4P: pengertian, penerapan dan contohnya*. Diakses tanggal 22 Oktober 2021 dari <https://accurate.id/marketing-manajemen/strategi-pemasaran-4p/>
- Amirullah. (2015). *Metode penelitian manajemen*. Malang: Bayumedia Publisihing.
- Bisnis.com (2021, Maret 19). *Survei BI: 87,5 persen UMKM Indonesia terdampak pandemi covid-19*. Diakses tanggal 18 Oktober 2021 dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210319/9/1370022/survei-bi-875-persen-umkm-indonesia-terdampak-pandemi-covid-19>
- Fatyandri, A.N., Susanto, S., Angeline, F., dkk. (2023). Analisa Kompetitor hingga Dinamika Kompetitif pada Bisnis Kafe Catarina. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 220-229.
- Hajari, V., Pratiwi, I., Putra, D.A., Suhairi. (2024). Pemahaman Riset Pasar Untuk Pemasaran Global Primer Dan Sekunder. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1), 1-8
- Handayani, R.I. (2015). Pemanfaatan aplikasi expert choice sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan (studi kasus: PT BIT Teknologi Nusantara). *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 9(1), 53-59.
- Iman, K.T.N., Wibisono, S. (2021). Pembobotan menggunakan pairwise comparison pada case based reasoning rekomendasi hotel. *Jurnal Manajemen Informatika & Sistem Informasi*, 4(1), 9-18.
- Kasnodiardjo. (1993). Langkah-langkah menyusun kuesioner. *Media Litbangkes*, 3(2), 21-42.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2021, Mei 5). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Diakses tanggal 18 Oktober 2021 dari <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Komari, A., Indrasari, L.D., Tripariyanto, A.Y., Rahayuningsih, S. (2019). Analysis of SWOT marketing strategies and 7P influence on purchasing decision. *Journal of Physics: Conference Series*. doi:10.1088/1742-6596/1569/3/032002

- Lubis, A.N. (2004). Strategi pemasaran dalam persaingan bisnis. *Digitized by USU digital library*.
- Magdalena, H. (2012). Sistem pendukung keputusan untuk menentukan mahasiswa lulusan terbaik di perguruan tinggi (studi kasus STMIK Atma Luhur Pangkalpinang). *Prosiding Seminar Nasional*, 49-56.
- Maligan, J.M., Harisa, N.N. (2021). Customer satisfaction and proximity analysis of white bread product in Malang City. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, doi:10.1088/1755-1315/733/1/012052
- Muhammad, G.A. (2024). Modifikasi Alat Penanam Benih Padi Manual. Diploma thesis, Universitas Andalas. <http://scholar.unand.ac.id/id/eprint/472790>
- Noor, S. (2014). Penerapan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran Daihatsu Luxio di Malang (Studi kasus pada PT Astra Internatioanl Tbk. – Daihatsu Malang). *Jurnal INTEKNA*, 16(2), 102-209.
- Nugraha, R., Harsono, A., Adiinto, H. (2014). Usulan peningkatan kualitas pelayanan jasa pada bengkel “X” berdasarkan hasil matrix importance performance analysis (studi kasus di bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 3(1), 221-231.
- Ong, J.O., Pambudi, J. (2014). Analisis kepuasan pelanggan dengan importance performance analysis di SBU Laboratory Cibitung PT SUCOFINDO (PERSERO). *J@TI Undip*, 9(1), 1-10.
- Puspitasari, N.P.D., Nabillah, A.D., Bahari, R., Caksono, N.D., Mustika. (2019). Penerapan teknologi digital marketing untuk meningkatkan strategi pemasaran snack tiwul. *Journal Scientific and Applied Informatics*, 2(2), 165-171.
- Simplilearn (2023, Mei 16). *What is a Decision Matrix, and How Can We Use it?* Diakses tanggal 21 Februari 2024 dari <https://www.simplilearn.com/what-is-decision-matrix-how-to-use-article>
- Supriadi, A., Rustandi, A., Komarlina, D.H.L., Ardiani, G.T. (2018). Analytical Hierarchy Process (AHP) Teknik Penentuan Strategi Daya Saing Kerajinan Bordir. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Suryatman, T.H., Kosim, M.E., Samudra, G.E. (2021). Perencanaan strategi pemasaran dengan analisis SWOT dalam upaya meningkatkan penjualan

sepatu Adidas di PT. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing*, 6(1), 43-56.

Ulandari, O. (2023). Efektivitas *marketing mix* 4P terhadap penjualan BUMDes “Sumber Rejeki” Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *E-BISMA*, 4(1), 183-195.

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(3), 175-190.

Zuhriyah, Umi (2024, Juni 13). *Jam Upload Instagram yang Terbaik dan Efektif agar Viral*. Diakses tanggal 12 Juni 2025 dari <https://tirto.id/kapan-jadwal-dan-jam-upload-konten-instagram-terbaik-gZtg>

-----, Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008. No.93. Sekretariat Negara RI: Jakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1. *Script* Wawancara dengan Pemilik UKM MIMI FOOD

Nama	Pertanyaan / Jawaban
Dicky	Saya mulai ya bu
Bu Titik	Baik mas
Dicky	Apa nama dari UKM ini bu?
Bu Titik	Nama dari UKM ini adalah UKM MIMI FOOD mas. UKM ini juga sudah terdaftar di dinas kesehatan sehingga mempunyai nama UKM yang paten dan legal.
Dicky	Alamat tepatnya dimana ya bu UKM ini?
Bu Titik	Kalau alamat tepatnya di Dusun Macanan RT 02 RW 02, Jemawan, Jatinom, Kabupaten Klaten.
Dicky	Produk apa saja yang dihasilkan dari UKM ini bu?
Bu Titik	Produk yang dihasilkan ini berupa produk <i>frozen food</i> mas yang berbahan dasar singkong atau gethuk dalam bahasa jawa. Dari bahan singkong ini kami menghasilkan produk seperti gethuk nugget pohong, kroket pohong, dan lain sebagainya.
Dicky	Bahan baku apa saja yang digunakan dalam pembuatan produk-produk tersebut bu?
Bu Titik	Yang pasti bahan baku utamanya ada singkong itu sendiri mas. Kemudian berbagai bahan pendukung seperti tepung dll.
Dicky	Berdasarkan hasil penjualan, produk mana saja yang sering diminati oleh konsumen sehingga memiliki permintaan tetap selama sebulan?
Bu Titik	Kalau produk yang sering laris itu yang gethuk nugget pohong mas. Karena gethuk nugget itu kami punya banyak macam varian rasa seperti original, keju, coklat, strawberry, dll. Namun yang paling laris malah yang gethuk nugget rasa original mas.
Dicky	Apakah UKM mendistribusikan produk secara online dan offline?
Bu Titik	Kami menjual produk melalui offline dengan cara melalui reseller-reseller yang sudah bekerja sama dengan kami mas. Kemudian kalau secara online sebagian besar pesanan melalui Whatsapp.

Dicky	Apakah UKM ini menggunakan sosial media untuk mempromosikan produk bu?
Bu Titik	Kalau media sosial kami mempunyai Instagram sama Facebook namun akhir-akhir ini kurang mengatur berbagai media sosial tersebut mas karena waktu saya juga disambi-sambi dengan kerjaan lainnya.
Dicky	Apakah UKM juga menggunakan <i>marketplace</i> untuk menjual produk bu?
Bu Titik	Kalau <i>market place</i> kami belum menggunakannya mas.
Dicky	Apakah UKM ini sudah menggunakan <i>point of sales</i> atau kasir gitu bu?
Bu Titik	Sudah mas, tapi penggunaan kasir ini baru dimulai sekitar satu tahun yang lalu.
Dicky	Apakah UKM selalu melakukan perekapan data penjualan dan apakah terdapat hasil rekapan penjualannya bu?
Bu Titik	Kalau hasil rekapannya kami punya mas. Kemudian kami selalu melakukan perekapan karena sudah menggunakan kasir. Tetapi kadang-kadang kami juga lupa untuk merekap data mas. Sehingga kadang-kadang pembeli tidak mendapatkan nota.
Dicky	Apakah akhir-akhir ini UKM mengalami penurunan penjualan produk bu?
Bu Titik	Tentu mas, seperti pada kondisi pandemi kayak gini mas. Banyak orang jarang lagi memesan produk kami. Sebagai contoh dulu kami mempunyai pelanggan tetap mas dimana pelanggan itu selalu mesan produk kami sebagai snack harian untuk anak-anak sekolah. Namun karena pandemi ini banyak sekolah libur sehingga pelanggan tersebut sudah tidak lagi memesan produk kami mas.
Dicky	Apa usaha yang sudah dilakukan untuk mengatasi penurunan penjualan ini bu?
Bu Titik	Kalau usaha sih cuma mempromosikan lewat status Whatsapp aja mas karena sekarang ini banyak yang pesan lewat Whatssapp.
Dicky	Kemudian terkait produksi bu, bahan baku yang digunakan adalh singkong. Bagaimana UKM melakukan pengendalian bahan baku singkong tersebut?

Bu Titik	Kalau pengendalian bahan baku sih sudah bekerja sama dengan satu supplier tetap ya mas. Sehingga ketika kami mau produksi maka kami sudah langsung menghubungi supplier tersebut untuk mengirimkan bahan baku singkong ke tempat kami. Karena kami melakukan produksi sekali dalam satu pengiriman bahan baku maka kami tidak ada stok bahan baku singkong. Hal ini karena singkong ada waktu untuk membusuk ketika terlalu lama di suhu ruang sehingga semua bahan baku dari supplier langsung kami produksi semuanya. Karena kami tidak menyimpan bahan baku tersebut maka kami tidak mempunyai gudang khusus untuk menyimpan singkong tersebut.
Dicky	Baik bu, kemudian kalo proses produksi dari produk ini seperti apa bu? Khususnya untuk gethuk nugget
Bu Titik	Proses produksi gethuk nugget ini dimulai dengan melakukan perebusan singkong. Singkong yang sudah digiling tersebut kemudian digiling dengan menggunakan mesin. Kemudian hasil gilingan singkong tersebut dicetak atau dibentuk secara manual menyerupai nugget. Setelah dibentuk kemudian dilapisi dengan tepung roti atau tepung panir. Sebelum dikemas, gethuk nugget tersebut didinginkan terlebih dahulu di freezer dan langkah terakhir gethuk nugget tersebut dikemas dengan cara divakum.
Dicky	Berapa lama bu <i>frozen food</i> ini dapat bertahan?
Bu Titik	Produk ini bisa bertahan di <i>freezer</i> selama dua sampai tiga bulan mas sedangkan kalau di suhu ruang produk ini dapat bertahan 24 jam mas.
Dicky	Biasanya dalam satu kali produksi menghasilkan berapa produk bu?
Bu Titik	Biasanya dalam satu kali produksi, kami dapat memproduksi sebanyak 200 pack, dengan terdapat dua jenis pack yaitu satu pack isi 12 dan satu pack isi 6.
Dicky	Apakah terdapat kendala bu dalam pelaksanaan kegiatan produksi yang ada di UKM ini?
Bu Titik	Kalau kendala sih tidak terlalu ada ya mas. Soalnya kami terus mengevaluasi proses produksi kami. Contohnya dulu kami menggunakan tumbukan manual untuk menghaluskan singkong sehingga banyak dari karyawan kami mengalami sakit punggung

	atau dalam orang jawa nyebutnya boyoken. Karena banyak keluhan dari karyawan tersebut kami kemudian melakukan perbaikan dengan menggunakan mesin penggiling seperti saat ini mas.
Dicky	Apakah terdapat masalah serius yang sedang dihadapi oleh UKM ini bu?
Bu Titik	Kalau masalah serius sih cenderung kami tidak terlalu merasakan. Hanya saja karena pandemi seperti sekarang ini setiap bulan kami cukup mengalami penurunan penjualan ketika pada hari-hari biasa dan tidak ada hari-hari besar seperti lebaran. Karena produk kami biasanya sering digunakan untuk oleh-oleh mas.
Dicky	Baik bu. Sekian wawancara saya untuk observasi masalah mengenai UKM ini bu. Terima kasih atas kesediaannya dan waktunya untuk diawawancarai bu.
Bu Titik	Baik mas. Sama-sama mas.

[illegible]

Lampiran 3. Kuesioner Analisis 4P

Kuesioner mengenai produk Nugget Gethuk "Po Hong"

Halo Bapak/Ibu/Saudara/i.

Perkenalkan saya adalah Benedictus Dicky Darmawan mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang mengambil Tugas Akhir. Saya butuh bantuan dari kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner saya. Kuesioner ini untuk menganalisis faktor 4P (Product, Price, Place, Promotion) pada produk frozen food nugget gethuk "Po Hong".

Seluruh data yang diperoleh dari kuesioner ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kebutuhan penelitian saja. Terima kasih untuk kesediaannya dalam mengisi form ini.

Salam,
Dicky

benndicky@gmail.com [Ganti akun](#)



Tidak dibagikan



Draf disimpan

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Nama *

Jawaban Anda



Pertanyaan ini wajib diisi

Usia *

Jawaban Anda



Pertanyaan ini wajib diisi

Nomor HandPhone

Jawaban Anda

Nomor HandPhone

Jawaban Anda

Apakah anda mengetahui dan pernah membeli produk frozen food Nugget Gethuk "Po Hong"? *



- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Berikutnya

Kosongkan formulir

Product

Pada bagian ini saya ingin mengetahui mengenai kepuasan terhadap produk ini.

Apakah nugget gethuk ini mempunyai bentuk yang pas bagus dan menggugah selera? *

	1	2	3	4	5	
Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Apakah nugget gethuk ini mempunyai varian rasa yang diinginkan oleh anda? *

	1	2	3	4	5	
Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Apakah nugget gethuk ini mempunyai rasa yang enak dan sesuai dengan selera anda? *

	1	2	3	4	5	
Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Apakah kemasan nugget gethuk sudah cukup baik? *

	1	2	3	4	5	
Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Secara keseluruhan apakah anda menyukai produk dari nugget gethuk "Po Hong" ini? *

	1	2	3	4	5	
Tidak Menyukai	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Menyukai

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan formulir](#)

Price

Pada bagian ini saya ingin mengetahui pandangan terhadap harga produk.

Berapa uang yang dapat anda keluarkan untuk membeli camilan? *

☐ Rp 10.000 - Rp 15.000
☐ Rp 16.000 - Rp 20.000
☐ Rp 21.000 - Rp 25.000
☐ Rp 26.000 - Rp 30.000
☐ Lebih dari Rp 30.000

Dengan harga Rp 18.000 - Rp 20.000 (dengan 1 kemasan berisi 12 pcs) untuk membeli produk nugget gethuk "Po Hong". Apakah harga tersebut sudah sesuai dengan apa yang didapatkan? *

1 2 3 4 5
 Tidak Sesuai ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Sesuai

Kembali

Berikutnya

Kosongkan formulir

Place

Pada bagian ini saya ingin mengetahui mengenai tempat mendapatkan produk ini.

Bagaimana anda memesan produk ini? *

☐ melalui WhatsApp
☐ Datang langsung ke tempat
☐ Yang lain: _____

Apakah anda pernah memesan produk frozen food lainnya di e-commerce seperti shoppe dan tokopedia? *

☐ Ya
☐ Tidak

Pada saat ini produk nugget gethuk ini belum dijual melalui e-commerce. Apakah anda mengharapkan dapat mulai dijual di e-commerce kedepannya? *

☐ Ya
☐ Tidak

Kembali

Berikutnya

Kosongkan formulir

Promotion

Pada bagian ini ingin mengetahui mengenai tahapan promosi yang dilakukan.

Apakah anda menggunakan sosial media? *

- ☐ Ya
☐ Tidak

Apa sosial media yang sering anda gunakan? *

- ☐ Instagram
☐ Facebook
☐ Twitter
☐ Tik Tok
☐ Yang lain: _____

Menurut anda seberapa penting sosial media untuk meningkatkan engagement antara penjual dan pembeli? *

- | | | | | | | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Tidak Penting | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | Sangat Penting |

Apakah anda mengetahui sosial media yang digunakan untuk mempromosikan produk nugget gethuk ini? *

- ☐ Ya
☐ Tidak

Menurut anda, seberapa sering produk ini sudah dipromosikan dengan baik melalui sosial media? *

- | | | | | | | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Tidak Pernah | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | Sering |

Kembali

Berikutnya

Kosongkan formulir

Lampiran 4. Kuesioner Survei Calon Pelanggan Potensial



Kuesioner Perancangan Suatu *Digital Marketing* Yang Baik

Salam Sejahtera.

Perkenalkan saya Benedictus Dicky Darmawan selaku mahasiswa dari Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang saat ini sedang menempuh Tugas Akhir. Tugas akhir saya bertema tentang membangun suatu *digital marketing* yang baik guna meningkatkan penjualan bagi suatu UMKM.

Oleh karena itu saya mohon kesediaan Bp/Ibu/Sdr dalam membantu kuesioner ini. Seluruh data yang dikumpulkan dalam kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan tugas akhir ini.

Terima Kasih.

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Nama

Jawaban Anda

Usia *

- ☐ < 20 tahun
- ☐ 20-30 tahun
- ☐ 31-40 tahun
- ☐ 41-50 tahun
- ☐ > 50 tahun

Pekerjaan *

- ☐ Mahasiswa/Pelajar
- ☐ Profesional (Guru, Dosen, Dokter dsb)
- ☐ Karyawan
- ☐ Wiraswasta/Pengusaha
- ☐ Yang lain: _____

Apakah Anda terbiasa membeli makanan kecil? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Berikutnya

Kosongkan formulir

Membeli Makanan Kecil

Bagaimana cara anda membeli makanan kecil? *

- ☐ Langsung datang ke penjual
- ☐ Membeli secara online
- ☐ Datang ke penjual atau membeli secara online

Kembali

Berikutnya

Kosongkan formulir

Platform Media Untuk Mendapatkan Informasi

Melalui media apa Anda membeli makanan kecil secara online? *

- ☐ Instagram
- ☐ Tik Tok
- ☐ Facebook
- ☐ Whats App
- ☐ Marketplace (Tokopedia, Shopee, dsb)
- ☐ Layanan pengantaran online (Gofood, Grabfood, Shopeefood, dsb)

Dari mana anda mendapatkan/mencari informasi mengenai makanan kecil? *

- ☐ WhatsApp
- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Tik Tok
- ☐ Layanan pengantaran online (Gofood, Grabfood, Shopeefood, dsb)
- ☐ Marketplace (Tokopedia, Shopee, dsb)
- ☐ Dari orang lain

Menurut Anda jenis-jenis informasi makanan kecil seperti apa yang dibutuhkan untuk diketahui? *

- ☐ Jenis-jenis Produk
- ☐ Harga Produk
- ☐ Discount atau Voucher
- ☐ Cara Pemesanan
- ☐ Jam Buka Operasional
- ☐ Keunggulan Produk
- ☐ Review pelanggan lain
- ☐ Yang lain: _____

Bentuk informasi seperti apa yang anda sukai untuk makanan kecil? *

- ☐ Gambar
- ☐ Video
- ☐ Teks
- ☐ Infografis
- ☐ Yang lain: _____

Jika mendapatkan informasi melalui whats app, anda lebih suka mendapat informasi makanan kecil dari mana? *

- ☐ Status Whats App
- ☐ Whats App Broad Cast
- ☐ Chat Bot Whats App
- ☐ Katalog Whats App
- ☐ Tidak pernah menggunakan whats app untuk mendapat informasi makanan kecil
- ☐ Yang lain: _____

Jika anda mendapatkan informasi melalui Instagram, anda lebih suka mendapatkan informasi makanan kecil dari fitur instagram apa? *

- ☐ Feed atau Postingan
- ☐ Reels
- ☐ Stories
- ☐ Tidak pernah menggunakan Instagram untuk mendapatkan informasi makanan kecil

Jika anda menggunakan instagram, apa saja yang anda butuhkan di bagian profil *
instagram untuk mendapatkan informasi makanan kecil?

- ☐ Deskripsi secara singkat
- ☐ Informasi penting (Jenis Produk, Lokasi, Kontak, dll)
- ☐ Melampirkan Tautan
- ☐ Tidak pernah menggunakan Instagram untuk mendapatkan informasi makanan kecil

Jika anda menggunakan facebook, anda lebih suka mendapatkan informasi makanan kecil dari fitur facebook apa? *

- ☐ Facebook marketplace
- ☐ Grup jual beli
- ☐ Halaman facebook
- ☐ Tidak pernah menggunakan facebook untuk mendapatkan informasi makanan kecil

Jika anda menggunakan tik tok, anda lebih suka mendapatkan informasi makanan kecil dari fitur tik tok apa? *

- ☐ Video tik tok
- ☐ Tik tok live shopping
- ☐ Tik tok shop
- ☐ Tidak pernah menggunakan tik tok untuk mendapatkan informasi makanan kecil

Jika anda menggunakan marketplace, anda lebih suka mendapatkan informasi dari marketplace mana? *

- ☐ Shopee
- ☐ Tokopedia
- ☐ Bli bli
- ☐ Tidak pernah menggunakan marketplace untuk mendapatkan informasi makanan kecil
- ☐ Yang lain: _____

Jika anda menggunakan marketplace (tokopedia, shopee, dsb), anda lebih suka mendapatkan informasi makanan kecil dari fitur apa? *

- ☐ Fitur pencarian
- ☐ Marketplace video
- ☐ Marketplace live shopping
- ☐ Flash sale
- ☐ Recommendations
- ☐ Tidak pernah menggunakan marketplace untuk mendapatkan informasi makanan kecil

Jika anda menggunakan layanan pengantaran online, anda lebih suka mendapatkan informasi dari layanan pengantaran online mana? *

- ☐ Go Food
- ☐ Grab Food
- ☐ Shopee Food
- ☐ Tidak pernah menggunakan layanan pengantaran online untuk mendapatkan informasi makanan kecil

Jika anda menggunakan layanan pengantaran online, anda lebih suka mendapatkan informasi makanan kecil dari fitur apa? *

- ☐ Fitur pencarian
- ☐ Recommendations
- ☐ Kategori makanan
- ☐ Daftar promo makanan
- ☐ Tidak pernah menggunakan layanan pengantaran online untuk mendapatkan informasi makanan kecil

Jika anda menggunakan layanan pengantaran online, apa yang membuat anda tertarik untuk melakukan pemesanan? *

- ☐ Menggunakan gambar asli
- ☐ Terdapat promo
- ☐ Ulasan pelanggan lain
- ☐ Tidak pernah menggunakan layanan pengantaran online untuk mendapatkan informasi makanan kecil

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan formulir](#)

Kuesioner Perancangan Suatu *Digital Marketing* Yang Baik

TERIMA KASIH

Saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bp/Ibu/Sdr yang sudah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Semoga kuesioner ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Salam.

[Kembali](#)

[Kirim](#)

[Kosongkan formulir](#)