

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Hasil wawancara dengan informan Bapak Mursyid

Pertanyaan	Jawaban
Bagaimana anda menerapkan strategi produk dan menjaga kualitasnya?	”Produk kita mengikuti perilaku konsumen sekitar yang berarti melakukan inovasi dengan menyesuaikan trend yang ada di masyarakat terkhusus menyesuaikan selera orang Gresik dan usaha kami sangat mementingkan yang namanya kualitas produk, yang bisa dilihat dari Geprek Mania adalah segi rasa, ukuran potongan ayam untuk geprek, kematangan yang pas, dan penampilan terkait packagingnya. Karena yang terpenting dari produk adalah kualitasnya, semisal kita adalah perusahaan yang baru merintis akan tetapi mengesampingkan kualitas produk maka usaha yang kita jalani tidak akan bertahan lama. Orang sini kalau di kasih produk yang sesuai sama lidah pasti bakal balik mas. Makanya saya pertahankan kualitas produk saya.”
Bagaimana produk ini dapat membedakan dirinya dari pesaing di pasar?	“Awalnya saya berjualan itu dengan produk yang tampilannya seperti <i>fried chicken crispy</i> pada umumnya, dibilang laku sih laku akan tetapi segmen pasarnya terbatas. Pada akhirnya saya dapat inspirasi dari penemu geprek asli yang berasal dari jogja yang ayamnya digeprek sampai hancur terus dikasih sambal. Karena itu saya langsung berpikir kreatif untuk menggabungkan keduanya pada produk saya yakni <i>fried chicken crispy</i> yang tidak digeprek hancur dengan sambal terpisah yang memiliki rasa yang khas daerah gresik dan identik pedas.
Apakah terdapat inovasi produk yang direncanakan	“Inovasinya itu saya meniru konsep yang ada di indomaret dengan kondisi ruangan yang terang, cat

<p>untuk memperbarui atau meningkatkan daya tariknya?</p>	<p>warna yang gak mencolok, karena bisnis makanan yang serupa kan identiknya dengan warna merah atau kuning. Untuk tampilan pelayanannya berupa rombongan trus ditempatkan didepan <i>store</i> dengan kondisi yang bersih dan dikasih permainan warna pencahayaan agar dapat memikat konsumen. Terkait inovasi produk saya tambahkan variasi sambal, risol, dan tahu walik karena untuk memperbanyak segmen pembeli.”</p>
<p>Apa perhitungan yang anda ambil untuk menentukan harga produk dan apakah akan ada perubahan harga?</p>	<p>“Pastinya harga itu ditentukan dari bahan baku : ayam, tepung, sambal, minyak, packaging (plastik kresek, <i>box</i> untuk makanan, <i>cup</i> untuk sambal, <i>paper bag</i>, dan <i>wrap</i> untuk nasi). Variabelnya yakni penggunaan listrik, air, dan tenaga kerja. Jadi kalau dikemudian hari harga baku naik tidak menutup kemungkinan harga produk kita juga ikut naik, yang pasti menyesuaikan bahan baku”</p>
<p>Bagaimana anda menangani situasi persaingan harga dengan pesaing utama?</p>	<p>“Saya pernah mendapati persaingan pasar yang caranya adalah dengan promo menurunkan harga, mereka mendapatkan dampaknya tapi hanya bertahan 1-2 minggu saja karena saya optimis dengan kualitas produk yang saya tawarkan. Seandainya pada waktu itu omset saya terpengaruh (menurun) mungkin saya melakukan hal yang sama. Tapi saya bersyukur karena sampai sekarang tidak terdampak yang signifikan oleh permainan harga yang dilakukan pesaing palingan ya cuma turun sedikit.”</p>
<p>Apakah terdapat kebijakan diskon atau potongan harga yang diterapkan untuk meningkatkan penjualan?</p>	<p>“Diskon itu memang harus ada disetiap penjualan produk yang bisa dilakukan sebulan atau dua bulan sekali untuk memanjakan konsumen akan tetapi kami belum menerapkan hal itu. Kami biasanya menawarkan promosi produk berupa menu paket <i>bundling</i> yang dapat gratis fruit tea atau minuman air putih (milih tergantung</p>

	selera). Jadi diskon tidak ada namun adanya hanya promo.”
Terkait lokasi tempat usaha, apa pertimbangan anda memilih tempat tersebut untuk dijadikan tempat usaha (yang cabang bungah)?	“Kuncinya ada di tempat keramaian jalur padat lalu lintas, padat pemukiman terutama banyaknya sekolah yang menggaet segmen pasar berupa anak sekolah. Kita juga melakukan survey secara langsung ke tempatnya beberapa kali untuk memastikan potensinya dan bertanya-tanya dengan masyarakat yang ada disekitar lokasi. Jadi itulah tadi pertimbangan saya untuk memilih lokasi tersebut yang cabang bungah.”
Apa faktor anda yang berani mengambil resiko terkait lokasi tempat usaha tersebut padahal terdapat banyak pesaing dengan menjual produk yang relatif sama?	“Kembali lagi terkait kualitas produk, jika produk kita bagus maka kita yang akan dicari meskipun tempat itu berada ditempat yang bersembunyi. Jadi saya yakin dengan kualitas produk saya ngapain saya takut bersaing dengan para pesaing, tapi tanpa mengesampingkan juga kualitas pesaingnya. Saya memiliki trik khusus yakni menjemput bola, yang saya maksud adalah saya buka lebih dahulu daripada rocket untuk mengambil segmen pasar yang relatif buat bekal anak sekolah maupun pekerja dan untuk pesanan juga kita tidak membatasi, entah itu pesanan jauh- jauh hari ataupun pesanan secara langsung (mendadak), yang pernah terjadi kita pernah melayani pesanan mendadak 1500 porsi dan harus diselesaikan dalam hari itu juga. Kesimpulannya sih mas kita kan produknya relatif sama jadinya kita menawarkan dengan pelayanan yang lebih komplit dan secara cepat”
Apa strategi utama yang digunakan dalam promosi untuk meningkatkan kesadaran merek?	“Harus dilakukan sih mas memang terkait promosi ini, kami melakukan promosi bukan berupa potongan harga akan tetapi memberi promo paket menu bundling yang gratis minuman fruit tea atau air minum putih tergantung

	selera.”
Apakah ada promosi khusus untuk produk baru yang diperkenalkan ke pasar?	“Itu ya memang penting mas supaya konsumen tidak merasa bosan atau monoton, variasi produk itu dimunculkan untuk memeriahkan saja mas tapi tidak menjadi fokus produk unggulan. Semisal kita produk utamanya geprek tapi pada saat waktu itu ada minuman yang viral ya kita coba seperti dalgona, kepal milo dan boba biar outlet kita gak ketinggalan jaman. Tapi promosinya untuk kita belum ada mas karena saya mengelola cabang yang banyak yang akhirnya membuat saya bingung dan kesusahan jika melakukan promosi tersebut di semua cabang secara serentak. Alasan lainnya itu saya sendiri masih belum memperkejakan orang desainer untuk mengelola sosmed Geprek Mania makanya kita sampai sekarang belum memiliki sosmed..”
Apa jenis alat promosi yang paling efektif digunakan, seperti iklan, pemasaran konten, atau promosi penjualan?	“Ini memang perlu semua mas kalau di Geprek Mania sendiri hanya berupa iklan ( <i>standing banner</i> ) yang ditempatkan pada depan <i>outlet</i> , tapi untuk pemasaran konten atau sosial media kami masih belum.
Bagaimana strategi promosi yang dilakukan Geprek Mania sehingga menambah banyak cabang yang berkembang pesat	Strateginya sih saya membuat suatu program berbagi ke berbagai desa yang saya namakan dengan “Melahap Geprek Mania”, jadi program tersebut saya jalankan sebulan atau 2 bulan sekali untuk berbagi produk geprek ke berbagai desa yang ada diwilayah kota Gresik. Program tersebut menjadikan produk saya semakin dikenal dimasyarakat kota gresik dan alhamdulillahnya masyarakat merespon dengan positif yang akhirnya saya sangat percaya diri dalam membuka cabang-cabang baru. Strategi selanjutnya itu saya menerapkan pelayanan yang cepat dan siap 24 jam untuk melayani

	sistem pesanan dalam jumlah yang banyak, hal itu menjadikan keunggulan usaha saya dari kompetitor dikarenakan mereka tidak memiliki strategi tersebut.
Apakah alasannya memilih lokasi usaha yang sangat berdekatan dengan pesaing	Alasan saya cukup simpel, saya sangat percaya diri dengan produk saya yang harganya murah namun rasanya yang mantap sehingga saya ingin merebut pangsa pasar mereka. Strategi tersebut cukup berhasil sehingga beberapa kompetitor akhirnya gulung tikar, saya beri satu contoh misalnya cabang bungah sekarang sudah ngga ada karena mereka sepi pembeli karena pangsa pasarnya tak ambil.
Apakah ada perubahan harga untuk produk dalam beberapa bulan terakhir	Untuk beberapa bulan terakhir sih gaada kenaikan mas karena laba kotor masih terbilang cukup aman.
Terkait dengan nama merek usaha "Geprek Mania", apakah itu merupakan salah satu strategi bauran pemasaran <i>promotion</i> untuk menarik <i>customer</i>	Pastinya ya termasuk strategi mas, karena merek tersebut saya rasa cukup <i>easy listening</i> dan membuat rasa penasaran bagi pembeli yang masih awal. Karena saya terinspirasi dari fans sepak bola yang ada disini semisal ultras mania dan bonek mania. Dengan nama tersebut saya berharap Geprek Mania akan sangat dicintai dan punya rasa <i>loyalitas</i> oleh pembeli atau pelanggan seperti halnya fans bola tersebut
Dari ke-4 strategi pemasaran tersebut, manakah yang paling efektif untuk meningkatkan penjualan produk anda?	"Produk, terutama pada bagian kualitas produk seperti yang saya jelaskan pada pertanyaan awal tadi"

Hasil wawancara dengan informan Ika (karyawan Geprek Mania Bungah)

Pertanyaan	Jawaban
Berdasarkan pengalaman selama anda bekerja di	Tidak selalu se mas, mungkin kalo liat dari penempatan lokasi cabang-cabang geprek mania sendiri pasti dekat

<p>Geprek Mania Bungah, apakah benar bahwa mayoritas pembeli adalah anak sekolahan?</p>	<p>dengan tempat sekolah, tapi nyatanya tidak semua cabang mayoritas pembelinya anak sekolah, seperti cabang yang depan SMA MAN 1 Gresik lebih kebanyakan ke orang yang berangkat kerja atau pulang kerja dan masyarakat umum. Sebelum pindah tempat lokasi di depan SMA MAN 1 GRESIK, yang sebelumnya bertempat di depan sekolah SMA Assaada mungkin iya, mayoritas pembelinya kebanyakan anak sekolah atau anak pondok dari sekolah assaadah. Tapi sejak pindah di tempat lokasi sekarang depan sekolah MAN 1 GRESIK kebanyakan mayoritasnya lebih ke orang pekerja dan masyarakat umum, mungkin ada anak sekolah tapi tidak banyak. Mungkin faktor muridnya juga si, ada tempat sekolah yang muridnya suka jajan, atau ada tempat sekolah yang muridnya kurang suka jajan. Begitupun juga cabang yang lain tidak semua cabang mayoritas pembelinya anak sekolah, mungkin memang cara marketing penempatan lokasinya kebanyakan di dekat tempat sekolahan, tapi nyatanya di lokasi tidak semua cabang pembelinya kebanyakan mayoritas anak sekolah.</p>
<p>Terkait dengan produk, apakah inovasi yang sudah diterapkan oleh Geprek Mania Bungah mampu menarik konsumen?</p>	<p>Sejauh ini menurut saya mampu sih, dengan adanya inovasi yang dibuat oleh Geprek Mania seperti membuat varian varian sambal yang tidak hanya sambal gepreknya saja melainkan ada varian-varian lain seperti sambal bawang manis, sambal ijo, BBQ, dan blackpaper, membuat pembeli bisa memilih sendiri dan mencoba rasa-rasa sambal baru sehingga jika dirasa bosan dengan varian sambal yang satu bisa memilih varian sambal yang lainnya. Selain sambal ada juga inovasi lainnya yang diterapkan oleh GM yaitu dengan menambahkan tambahan menu yang tidak hanya</p>

	<p>berfokus pada jual ayam geprek saja, tapi tetap tidak jauh dengan yang namanya ayam, tambahan menu seperti berbagai macam varian risol seperti risol ayam mayo, risol ayam jamur, risol ayam pedas, dan risol keju, adapun juga menu tambahan tahu walik. Dengan adanya tambahan menu tadi menurut saya cukup bisa menarik konsumen yang mungkin mereka tidak datang membeli ayam geprek saja sih melainkan tertarik dengan risol ayamnya ataupun tahu waliknya jugak bisa menambah ketertarikan pembeli.</p>
<p>Terkait dengan strategi promosi dengan penjualan dalam bentuk <i>bundling</i>, apakah strategi tersebut masih sering diterapkan?</p>	<p>Masih se, biasane lak misal nggae promosi kek ngunuku tepak an ada opening pembukaan store baru atau pas omset penjualan e lg sedang turun turun e, dadi gae narik minat pembeli diadakan promo kek ngunu mas, biasane dilakukan selama seminggu an ngadakan promoan kayak gitu</p>
<p>Mengenai harga produk, sebagai karyawan pasti anda sangat mengenal produk yang anda olah dan sajikan. Dengan begitu menurut anda apakah produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan harga yang ditentukan?</p>	<p>Menurut saya sudah sesuai sih, bahkan terbilang cukup murah jika dibandingkan dengan kualitas rasa, ukuran ayam, harga dan macam macam sambal yang bisa pembeli pilih dengan harga yang sama, tanpa membedakan harga sambal (maksute dengan harga yang sama iku kek masio pake sambel manis, geprek, ijo iku ku oleh ngunulo mas, gausa onok sng hargae beda, kek na kaliwood kan harga sambel mata ambe sambel geprek biasa iku beda kan ws an harga e sdngkan na geprek sama kabe, cobak karange keepo) Bahkan dengan harga 11k saja pembeli sudah dapat 1 paket nasi ayam, cocok bagi kaum ibu ibu yang mau hemat untuk acara acara syukuran dll. Tapi kalo menurut saya tipsnya mending beli yang pake nasi saja lebih worth it, karna harganya tidak banding jauh dengan yang tidak pakai nasi. Tapi menurut saya tetap sesuai saja si, semua tempat</p>

	makanan punya cara marketingnya sendiri-sendiri.
--	--

Hasil wawancara dengan informan Ibu Anita

Pertanyaan	Jawaban
Menurut anda bagaimana kualitas produk yang tersedia di Geprek Mania Bungah	“Produknya enak mas, bumbunya itu loh ngresep sampe kedalem, anak-anakku doyan juga. Biasanya beli buat sarapan atau makan siang saking enakunya”
Bagaimana menurut anda terkait produk yang dijual oleh Geprek Mania Bungah, apakah cukup inovatif?	“lumayan sih mas ada risol sekarang dan varian rasa sambel baru, mungkin itu sambel barunya dipakai buat nyocol risolnya”
Menurut anda apakah harga yang ditawarkan oleh Geprek Mania Bungah cukup terjangkau dan sebanding dengan kualitas produk?	“menurut saya harga disini sangat terjangkau dan sebanding dengan produknya mas, enak murah makanya sampe langganan aku”
Bagaimana pendapat anda terhadap lokasi Geprek Mania Bungah, apakah letaknya cukup strategis?	“Strategis, pinter iki sg ndue geprek mania paling target utamane arek-arek sekolah”
Apakah promosi yang dilakukan oleh Geprek Mania Bungah cukup menarik bagi konsumen?	“lumayan, tapi sayange gapernah ada diskonan. Adanya cuma paket <i>bundling</i> biasane <i>free</i> Fruit Tea”
Dari beberapa pertanyaan tadi, manakah yang paling membuat pelanggan seperti anda selalu ingin membeli Produk dari Geprek Mania?	“Produknya mas, aku dan anak-anakku lidahnya lebih cocokan ini daripada Rocket Chicken dan Hisana”

Hasil wawancara dengan informan Pak Bambang

Pertanyaan	Jawaban
Menurut anda bagaimana kualitas produk yang tersedia di Geprek Mania Bungah	“Gepreknya enak mbi gurih, terus yo sambele pedes sisan, bendino tuku gawe bekal kecuali pulang kampung”
Bagaimana menurut anda terkait produk yang dijual oleh Geprek Mania Bungah, apakah cukup inovatif?	“Kurang tau mas, saya kalau beli produk hanya produk gepreknya saja trus tidak pernah beli yang lain liyane”
Menurut anda apakah harga yang ditawarkan oleh Geprek Mania Bungah cukup terjangkau dan sebanding dengan kualitas produk?	“itungane murah iki mas, lumayan iso menghemat pengeluaran kanggo bojoku nang Lamongan. Soale aku nang gresik iki pendatang”
Bagaimana pendapat anda terhadap lokasi Geprek Mania Bungah, apakah letaknya cukup strategis?	“Menurut saya untuk lokasi geprek mania cabang bungah ini sangat strategis. Lokasinya pinggir jalan raya, banyak sekolahan apalagi bungah sering onok pasar malam mbi pasar legi”
Apakah promosi yang dilakukan oleh Geprek Mania Bungah cukup menarik bagi konsumen?	“lumayan soale kadang-kadang gratis oleh Fruit Tea”
Dari beberapa pertanyaan tadi, manakah yang paling membuat pelanggan seperti anda selalu ingin membeli Produk dari Geprek Mania?	Hargae seh mas, soale perihal rasa Rocket Chicken yo enak, tapi hargae kacek separuh dewe”

Hasil wawancara dengan informan Mas Yoga

Pertanyaan	Jawaban
Menurut anda bagaimana kualitas produk yang tersedia di Geprek Mania Bungah	“Rasanya gurih Enak, sambele yo enak seng rasa <i>Black Papper</i> soale aku gadoyan pedes”
Bagaimana menurut anda terkait produk yang dijual oleh Geprek Mania Bungah, apakah cukup inovatif?	“Inovatif soale saiki onok risol e, tapi aku jarang tuku risole”
Menurut anda apakah harga yang ditawarkan oleh Geprek Mania Bungah cukup terjangkau dan sebanding dengan kualitas produk?	“Murah enak pisan yo sebanding, ben budal sekolah aku sarapan Geprek Mania terus soale ibukku gatau masak lek isuk”
Bagaimana pendapat anda terhadap lokasi Geprek Mania Bungah, apakah letaknya cukup strategis?	“Strategis mas, lokasinya pinggir dalam raya pas dan dekat juga dengan sekolahku”
Apakah promosi yang dilakukan oleh Geprek Mania Bungah cukup menarik bagi konsumen?	“Bagi anak sekolahan seperti saya lumayan menarik untuk promosinya, soalnya kadang-kadang ada menu paket <i>bundling</i> gratis Fruit Tea. Lumayan hemat uang gausah beli minumannya lagi”
Dari beberapa pertanyaan tadi, manakah yang paling membuat pelanggan seperti anda selalu ingin membeli Produk dari Geprek Mania?	“Produk e seh mas, opomane sambele aku seneng pol seng <i>Black Papper</i> ”

Lampiran 2 : Dokumentasi wawancara



Wawancara dengan Bapak Mursyid pemilik Geprek Mania Bungah\



Wawancara dengan Pelanggan Ibu Anita



Wawancara dengan pelanggan Pak Bambang



Wawancara dengan Pelanggan Mas Yoga



Wawancara dengan Karyawan Mbak Ika

Lampiran 3 ; Menu Produk Geprek Mania Bungah

**GEPREK MANIA**

<b>Geprek Mania 1</b> <small>Ayam Paha Atas / Dada + Nasi + Sambal</small>	16k
<b>Geprek Mania 2</b> <small>Ayam Paha Bawah / Sayap + Nasi + Sambal</small>	12k
<b>Crispy Mania 1</b> <small>Ayam Paha Atas / Dada + Nasi + Saus Sachet</small>	14k
<b>Crispy Mania 2</b> <small>Ayam Paha Bawah / Sayap + Nasi + Saus Sachet</small>	11k
<b>Paket Geprek Mania 1</b> <small>Ayam Paha Atas / Dada + Nasi + Sambal + Air Mineral</small>	17k
<b>Paket Geprek Mania 2</b> <small>Ayam Paha Bawah / Sayap + Nasi + Sambal + Air Mineral</small>	14k
<b>Paket Crispy Mania 1</b> <small>Ayam Paha Atas / Dada + Nasi + Saus Sachet + Air Mineral</small>	16k
<b>Paket Crispy Mania 2</b> <small>Ayam Paha Bawah / Sayap + Nasi + Saus Sachet + Air Mineral</small>	13k

**SINGLE**

<b>Dada / Paha Atas</b> <small>Saus Sachet</small>	12k
<b>Sambal / BBQ / Black Pepper</b>	13k
<b>Paha Bawah / Sayap</b> <small>Saus Sachet</small>	9k
<b>Sambal / BBQ / Black Pepper</b>	11k

**PAPA RISOL**  
Kawan Bawahan Beras Putih

<b>Risol Ayam Mayo</b>	18k
<b>Risol Ayam Jamur</b>	18k
<b>Risol Ayam Pedas</b>	18k
<b>Risol Ayam Keju</b>	23k
<b>Tahu Walik</b>	10k

**TAHU WALK**

**Ice Splet**  
ES SUSU KETAN

<b>Vanilla</b>	10k
<b>Avocado</b>	10k
<b>Keju</b>	12k
<b>Coconut Jelly</b>	7k
<b>Ori Squash</b>	8k
<b>Mini Lime</b>	8k
<b>Rainbow</b>	8k
<b>Air Mineral</b>	3k
<b>Ice Tea</b>	2k
<b>Original</b>	5k
<b>Oreo</b>	10k
<b>Cokelat</b>	10k
<b>Cappucino</b>	10k
<b>Red Velvet</b>	10k
<b>Bubble Gum</b>	10k
<b>Thai Tea</b>	10k
<b>Strawberry</b>	10k

**Nasi** 3k  
**Sambal Bawang Pedas** 3k  
**Sambal Bawang Manis** 3k  
**Sambal Ijo** 3k  
**Saus BBQ** 3k  
**Saus Black Pepper** 3k

TERSEDIA DI:

## Menu Produk Kompetitor

### PAKET GEPREK



<b>GEPREK 1</b> SAYAP GEPREK + NASI + NESTEA	Rp. 18.000
<b>GEPREK 2</b> PAHA BAWAH GEPREK + NASI + NESTEA	Rp. 19.000
<b>GEPREK 3</b> DADA/PAHA ATAS GEPREK + NASI + NESTEA	Rp. 21.000

SAYAP GEPREK <sup>Rp.</sup>13.000

DADA/PAHA ATAS GEPREK <sup>Rp.</sup>15.000

PAHA BAWAH GEPREK <sup>Rp.</sup>14.000

SAMBAL GEPREK <sup>Rp.</sup>4.000

---



<b>MATAH 1</b> SAYAP GEPREK + NASI + NESTEA	Rp. 19.000
<b>MATAH 2</b> PAHA BAWAH GEPREK + NASI + NESTEA	Rp. 20.000
<b>MATAH 3</b> DADA/PAHA ATAS GEPREK + NASI + NESTEA	Rp. 22.000

SAYAP GEPREK <sup>Rp.</sup>13.000

DADA/PAHA ATAS GEPREK <sup>Rp.</sup>15.000

PAHA BAWAH GEPREK <sup>Rp.</sup>14.000

SAMBAL MATAH <sup>Rp.</sup>4.000

---



<b>TERASI 1</b> SAYAP GEPREK + NASI + NESTEA	Rp. 19.000
<b>TERASI 2</b> PAHA BAWAH GEPREK + NASI + NESTEA	Rp. 20.000
<b>TERASI 3</b> DADA/PAHA ATAS GEPREK + NASI + NESTEA	Rp. 22.000

SAYAP GEPREK <sup>Rp.</sup>13.000

DADA/PAHA ATAS GEPREK <sup>Rp.</sup>15.000

PAHA BAWAH GEPREK <sup>Rp.</sup>14.000

SAMBAL TERASI <sup>Rp.</sup>4.000



**CHICKEN CHEESY LEVEL**  
PILIH LEVELMU

### PAKET CHEESY

<b>CHEESY 1</b> CHICKEN CHEESY LEVEL + SAYAP + NASI + NESTEA	Rp. 18.000
<b>CHEESY 2</b> CHICKEN CHEESY LEVEL + PAHA BAWAH + NASI + NESTEA	Rp. 19.000
<b>CHEESY 3</b> CHICKEN CHEESY LEVEL + DADA/PAHA ATAS + NASI + NESTEA	Rp. 21.000

---

### CHEESY LEVEL

CHICKEN CHEESY LEVEL SAYAP	Rp. 12.000
CHICKEN CHEESY LEVEL PAHA BAWAH	Rp. 13.000
CHICKEN CHEESY LEVEL DADA/PAHA ATAS	Rp. 14.500
SAUCE CHEESY LEVEL	Rp. 4.000

Lampiran 4 ; *Outlet* Geprek Mania Bungah



## Lampiran 5: Surat perizinan



Perihal : **Balasan Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.  
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Gresik  
di

**Tempat**

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat saudara pada tanggal 23 Mei 2023 perihal perizinan tempat penelitian dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa atas nama **Lidinul Khaq** dengan judul, **Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Geprek Mania Bungah Gresik.**

Perlu kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan dapat mengizinkan pelaksanaan penelitian tersebut di tempat kami
  2. Izin melakukan penelitian diberikan semata-mata untuk keperluan akademik
- Demikian surat balasan dari kami.

Pemilik Geprek Mania



Mursyid Muttaqin



*Gurih Ayamnya, Pas Sambalnya*



Lampiran 6: Surat Kesediaan Narasumber

**SURAT KESEDIAAN NARASUMBER**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bambang Purono  
Alamat : Jl Kambes Pol M. Duryat No. 29. Kab. Lamongan  
No. HP : 0858 3884 6317

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dengan ini sanggup untuk melaksanakan kegiatan wawancara sebagai narasumber dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa atas nama Lidinul Khaq dengan judul, **Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Geprek Mania Bungah Gresik.**

Demikian surat kesediaan ini kami buat dengan sebenarnya

TTD  
Informan



**SURAT KESEDIAAN NARASUMBER**

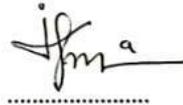
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ika Rahma  
Alamat : Jl. Kebon Rejo. Mojopuro Wetan. Bungah  
No. HP : 085646706181

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dengan ini sanggup untuk melaksanakan kegiatan wawancara sebagai narasumber dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa atas nama **Lidinul Khaq** dengan judul, **Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Geprek Mania Bungah Gresik.**

Demikian surat kesediaan ini kami buat dengan sebenarnya

TTD  
Informan



.....

### SURAT KESEDIAAN NARASUMBER

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : *Rozidi Yosutama*

Alamat : *Desa Sukowati Rt 01/Rw 01, Kecamatan Bungah, Kab Gresik*

No. HP : *0815 5919 0901*

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dengan ini sanggup untuk melaksanakan kegiatan wawancara sebagai narasumber dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa atas nama **Lidinul Khaq** dengan judul, **Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Geprek Mania Bungah Gresik.**

Demikian surat kesediaan ini kami buat dengan sebenarnya

TTD  
Informan



.....

---

**SURAT KESEDIAAN NARASUMBER**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anita Rahayu  
Alamat : Jl. Nongko Kerep Rt.01/Rw.01 Bungah  
No. HP : 085 095 162 548

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dengan ini sanggup untuk melaksanakan kegiatan wawancara sebagai narasumber dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa atas nama Lidinul Khaq dengan judul, **Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Geprek Mania Bungah Gresik.**

Demikian surat kesediaan ini kami buat dengan sebenarnya

TTD  
Informan



.....

Lampiran 7: 4 Variabel Bauran Pemasaran

