

## LAMPIRAN 1

### KUESIONER PRASURVEY MOODBOOSTER

#### KUESIONER TERBUKA

Terima kasih atas kesediaan anda untuk menjadi responden pada kuesioner ini. Yang telah meluangkan waktu dan pemikiran pada kuesioner ini dengan menjawab atas pertanyaan yang sudah disediakan. Perkenalkan saya Agatha Silviana Putri, Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Progam Studi Manajemen Angkatan 2017. Pada kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada MoodBooster. Dimohon untuk mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya. Atas perhatiannya saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih.

#### **A. Identitas Responden**

Jawablah pertanyaan berikut yang berkaitan dengan identitas responden!

Nama : .....

Usia : ..... tahun

Jenis Kelamin : .....

#### **B. Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman pada MoodBooster**

Dengan pertanyaan – pertanyaan dibawah ini diharapkan untuk mengetahui pendapat Bapak/Ibu terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi MoodBooster.

Dimohon untuk mengisi pertanyaan dengan memberikan **jawaban** menurut pendapat Bapak/Ibu terkait dengan pertanyaan-pertanyaan di bawah ini. **Semua jawaban pendapat Bapak/Ibu tidak ada yang salah**

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Menurut anda, apa yang menjadi kekuatan pada MoodBooster? Misalnya : enak, menggunakan alat khusus, berbeda dengan jus konvensional, tidak ada tambahan air dan gula dll	1. 2. 3.
2	Menurut anda, apa yang menjadi kelemahan pada MoodBooster? Misalnya : produk tidak tahan lama, sistem PO, harga menengah ke atas dll.	1. 2. 3.
3	Menurut anda, apa yang menjadi peluang pada MoodBooster? Misalnya : dapat bermitra dengan supplier buah & supplier botol, peluang sebagai minuman kesehatan dll.	1. 2. 3.
4	Menurut anda, apa yang menjadi ancaman pada MoodBooster? Misalnya : dapat ditiru, adanya pesaing baru dll.	1. 2. 3.

## LAMPIRAN 2

### KUESIONER SURVEY KEPADA PEMILIK DAN KONSUMEN MOODBOOSTER

#### KUESIONER TERTUTUP

Terima kasih atas kesediaan anda untuk menjadi responden pada kuesioner ini. Yang telah meluangkan waktu dan pemikiran pada kuesioner ini dengan menjawab atas pertanyaan yang sudah disediakan. Perkenalkan saya Agatha Silviana Putri, Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Progam Studi Manajemen Angkatan 2017. Pada kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada MoodBooster. Dimohon untuk mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya. Atas perhatiannya saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih.

#### A. Identitas Responden

Jawablah pertanyaan berikut yang berkaitan dengan identitas responden!

Nama : .....

Usia : ..... tahun

Jenis Kelamin : .....

#### B. Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman pada MoodBooster

Dengan pertanyaan – pertanyaan dibawah ini diharapkan untuk mengetahui pendapat Bapak/Ibu terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi MoodBooster.

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	<b>Kekuatan</b>					
1	MoodBooster memiliki rasa yang enak					
2	MoodBooster tidak ada tambahan baik gula dan air					

	(murni)					
3	MoodBooster menggunakan alat khusus					
4	Dapat dikonsumsi oleh semua kalangan					
	<b>Kelemahan</b>					
1	MoodBooster merupakan produk yang tidak tahan lama					
2	MoodBooster menggunakan sistem pre-order					
3	MoodBooster dibandrol dengan harga menengah ke atas					
4	MoodBooster belum mengeluarkan inovasi baru					
	<b>Peluang</b>					
1	MoodBooster dapat bermitra dengan supplier (supplier buah&kemasan).					
2	MoodBooster dapat menjadi peluang pada minuman kesehatan					
3	MoodBooster dapat lebih terkenal lagi.					
	<b>Ancaman</b>					
1	Moodbooster dapat diduplikasi.					
2	MoodBooster muncul pesaing baru.					
3	Adanya ancaman produk gagal.					

Dimohon untuk mengisi pertanyaan dengan memberikan **jawaban dengan tanda (√)** menurut pendapat Bapak/Ibu terkait dengan pertanyaan-pertanyaan di bawah ini. **Semua jawaban pendapat Bapak/Ibu tidak ada yang salah.**

**STS : Sangat Tidak Setuju**

**TS : Tidak Setuju**

**N : Netral**

**S : Setuju**

**SS : Sangat Setuju**

Pada tabel di bawah ini merupakan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki oleh MoodBooster. Pada bagian **kekuatan dan kelemahan** Bapak/Ibu dimohon untuk memberikan peringkat dari **1-4 (tidak penting hingga penting)**. Sedangkan pada **peluang dan ancaman** Bapak/Ibu dimohon untuk memberikan peringkat dari **1-4 (tidak penting hingga penting)**

No	Faktor Internal	Urutan Kepentingan
	<b>Kekuatan</b>	
1	MoodBooster memiliki rasa yang enak	
2	MoodBooster tidak ada tambahan baik gula dan air (murni)	
3	MoodBooster menggunakan alat khusus	
4	Dapat dikonsumsi oleh semua kalangan	
	<b>Kelemahan</b>	
1	MoodBooster merupakan produk yang tidak tahan lama	
2	MoodBooster menggunakan sistem pre-order	
3	MoodBooster dibandrol dengan harga menengah ke atas	
4	MoodBooster belum mengeluarkan inovasi baru	

No	Faktor Eksternal	Urutan Kepentingan
	<b>Peluang</b>	
1	MoodBooster dapat bermitra dengan supplier (supplier buah&kemasan).	
2	MoodBooster dapat menjadi peluang pada minuman kesehatan	
3	MoodBooster dapat lebih terkenal lagi.	
	<b>Ancaman</b>	
1	Moodbooster dapat diduplikasi.	
2	MoodBooster muncul pesaing baru.	
3	Adanya ancaman produk gagal.	



Pada tabel di bawah ini merupakan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki oleh MoodBooster. Dimohon Bapak/Ibu untuk mengisi pernyataan dibawah dengan memberikan peringkat dari **1 hingga 4**

**1 = tidak berpengaruh**

**2 = kurang berpengaruh**

**3 = berpengaruh**

**4 = sangat berpengaruh**

No	Pernyataan	1	2	3	4
	<b>Kekuatan</b>				
1	MoodBooster memiliki rasa yang enak				
2	MoodBooster tidak ada tambahan baik gula dan air (murni)				
3	MoodBooster menggunakan alat khusus				
4	Dapat dikonsumsi oleh semua kalangan				
	<b>Kelemahan</b>				
1	MoodBooster merupakan produk yang tidak tahan lama				
2	MoodBooster menggunakan sistem pre-order				
3	MoodBooster dibandrol dengan harga menengah ke atas				
4	MoodBooster belum mengeluarkan inovasi baru				
	<b>Peluang</b>				
1	MoodBooster dapat bermitra dengan supplier (supplier buah&kemasan).				
2	MoodBooster dapat menjadi peluang pada minuman kesehatan				
3	MoodBooster dapat lebih terkenal lagi.				
	<b>Ancaman</b>				
1	Moodbooster dapat diduplikasi.				
2	MoodBooster muncul pesaing baru.				
3	Adanya ancaman produk gagal.				

**LAMPIRAN 3**  
**TABEL INDIKATOR-INDIKATOR INTERNAL PADA**  
**MOODBOOSTER**

No	Pernyataaan	JAWABAN					Jumlah
		x5	x4	x3	x2	x1	
1.	MoodBooster memiliki rasa yang enak	34	23	5	-	-	277
2.	MoodBooster tidak ada tambahan baik gula dan air (murni)	30	21	10	-	1	265
3.	MoodBooster menggunakan alat khusus	18	26	18	-	-	248
4.	Dapat dikonsumsi oleh semua kalangan	38	16	8	-	-	278
5.	MoodBooster merupakan produk yang tidak tahan lama	7	21	28	5	1	214
6.	MoodBooster menggunakan sistem pre-order	14	33	10	4	1	241
7.	MoodBooster dibandrol dengan harga menengah ke atas	4	15	34	5	4	212
8.	MoodBooster belum mengeluarkan inovasi baru	4	21	31	6	-	209
<b>TOTAL</b>							<b>1919</b>

**LAMPIRAN 4**  
**TABEL INDIKATOR-INDIKATOR EKSTERNAL PADA**  
**MOODBOOSTER**

No	Pernyataaan	JAWABAN					Jumlah
		x5	x4	x3	x2	x1	
1.	MoodBooster dapat bermitra dengan supplier (supplier buah&kemasan).	26	27	9	-	-	265
2.	MoodBooster dapat menjadi peluang pada minuman kesehatan.	34	22	6	-	-	276
3.	MoodBooster dapat lebih terkenal lagi.	34	24	4	-	-	278
4.	Moodbooster dapat diduplikasi.	13	23	22	3	1	230
5.	MoodBooster muncul pesaing baru.	9	27	25	1	-	230
6.	Adanya ancaman produk gagal	5	16	29	11	1	199
<b>TOTAL</b>							<b>1478</b>



**LAMPIRAN 5**  
**TABEL BOBOT INTERNAL FACTOR ANALYSIS SUMMARY**  
**(IFAS)**

<b>NO</b>	<b>Faktor Internal</b>	<b>Skor Internal</b>	<b>Bobot</b> <i>(<math>\frac{\text{skor internal}}{\text{total skor internal}}</math>)</i>
<b>KEKUATAN</b>			
1	MoodBooster memiliki rasa yang enak	277	0,14
2	MoodBooster tidak ada tambahan baik gula dan air (murni)	265	0,14
3	MoodBooster menggunakan alat khusus	248	0,12
4	Dapat dikonsumsi oleh semua kalangan	278	0,14
<b>KELEMAHAN</b>			
1	MoodBooster merupakan produk yang tidak tahan lama	214	0,11
2	MoodBooster menggunakan sistem pre-order	241	0,13
3	MoodBooster dibandrol dengan harga menengah ke atas	212	0,11
4	MoodBooster belum mengeluarkan inovasi baru	209	0,11
<b>TOTAL</b>		<b>1919</b>	<b>1,00</b>

**LAMPIRAN 6**  
**TABEL BOBOT EXTERNAL FACTOR ANALYSIS**  
**SUMMARY (EFAS)**

NO	Faktor Eksternal	Skor Eksternal	Bobot $\left(\frac{\text{skor eksternal}}{\text{total skor eksternal}}\right)$
<b>PELUANG</b>			
1	MoodBooster dapat bermitra dengan supplier (supplier buah&kemasan).	265	0,18
2	MoodBooster dapat menjadi peluang pada minuman kesehatan.	276	0,19
3	MoodBooster dapat lebih terkenal lagi.	278	0,19
<b>ANCAMAN</b>			
1	Moodbooster dapat diduplikasi.	230	0,16
2	MoodBooster muncul pesaing baru.	230	0,16
3	Adanya ancaman produk gagal	199	0,13
<b>TOTAL</b>		<b>1478</b>	<b>1,00</b>

**LAMPIRAN 7**  
**TABEL RATING INTERNAL FACTOR ANALYSIS**  
**SUMMARY (IFAS)**

No	Faktor Internal	Rating				Total	Modus (Nilai yang sering muncul)
		1	2	3	4		
<b>KEKUATAN</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>		
1	MoodBooster memiliki rasa yang enak	-	12	35	15	62	3,00
2	MoodBooster tidak ada tambahan baik gula dan air (murni)	-	9	13	40	62	4,00
3	MoodBooster menggunakan alat khusus	1	5	38	18	62	3,00
4	Dapat dikonsumsi oleh semua kalangan	3	7	25	27	62	3,00
<b>KELEMAHAN</b>							
1	MoodBooster merupakan produk yang tidak tahan lama	8	19	23	17	62	3,00
2	MoodBooster menggunakan sistem pre-order	6	25	23	8	62	2,00
3	MoodBooster dibandrol dengan harga menengah ke atas	3	28	18	13	62	2,00
4	MoodBooster belum mengeluarkan inovasi baru	1	10	37	14	62	3,00

**LAMPIRAN 8**  
**TABEL RATING EXTERNAL FACTOR ANALYSIS SUMMARY**  
**(EFAS)**

No	Faktor Internal	Rating				Total	Modus (Nilai yang sering muncul)
		1	2	3	4		
<b>PELUANG</b>							
1	MoodBooster dapat bermitra dengan supplier (supplier buah&kemasan).	-	15	15	32	62	<b>4,00</b>
2	MoodBooster dapat menjadi peluang pada minuman kesehatan.	-	13	29	20	62	<b>3,00</b>
3	MoodBooster dapat lebih terkenal lagi.	2	16	31	13	62	<b>3,00</b>
<b>ANCAMAN</b>							
1	Moodbooster dapat diduplikasi.	4	30	10	12	62	<b>2,00</b>
2	MoodBooster muncul pesaing baru.	7	5	44	6	62	<b>3,00</b>
3	Adanya ancaman produk gagal	3	41	10	8	62	<b>2,00</b>



**9.04%** PLAGIARISM APPROXIMATELY **0.3% IN QUOTES**

## Report #13462271

BAB I PENDAHULUAN Latar Belakang Pada masa pandemi dikarenakan adanya Corona Virus, menjaga imun tubuh merupakan hal penting agar tidak terpapar oleh virus. Imunitas tubuh dapat dibangun dengan makan makanan yang sehat, berolahraga, minum vitamin serta menaati protokol seperti menjaga jarak saat berkumpul, memakai masker dan mencuci tangan setiap saat. Pada masa pandemi ini kurangnya kesadaran masyarakat untuk memulai gaya hidup yang sehat sehingga muncul ide dari MoodBooster yang merupakan bisnis untuk membuat Cold Pressed Juice. Cold Pressed Juice adalah hasil dari ekstraksi buah dan sayuran dengan menggunakan sebuah metode bernama zero-heat extraction dimana metode ini sangat minim atau tidak adanya panas yang dihasilkan dari mata pisau dari juicer itu sendiri. Cold Pressed Juice berfungsi untuk detox racun-racun yang ada pada tubuh. Cold Pressed Juice berbeda dengan jus konvensional pada umumnya. Jus konvensional pada umumnya menggunakan blender (centrifugal juicer) yang memunculkan

REPORT: #134622712 AUG 2021, 11:35 AM CHECKED: AUTHOR: ANDRE KURNIWAN

PAGE 1 OF 51