

ANALISIS BAURAN PEMASARAN 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) BERDASARKAN VARIABLE KEPUASAN PELANGGAN DI *CORPORATE THE BIG PRICE CUT GROUP*

INTISARI

Ibnu Wanandi¹, Ibnu Wahid Fakhruddin Aziz², Suharno³

Tahu susu lembang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri pangan. Tahu susu lembang bergerak dibidang pengolahan kedelai menjadi tahu. Perencanaan strategi pemasaran diterapkan agar perusahaan dapat bersaing di pasar. Ruang lingkup penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar atau berupa kutipan-kutipan. Tujuan dilakukannya penelitian ini guna untuk mengetahui kepuasan konsumen setelah mengonsumsi Tahu Susu Lembang, menganalisa pemasaran yang sudah dilakukan berdasarkan aspek demografi, memberikan saran perbaikan untuk perusahaan berdasarkan masukan yang diberikan oleh para responden dan memberikan saran perbaikan untuk perusahaan berdasarkan analisis 4P.

Berbagai permasalahan pada pemasaran yang ada, penulis ingin membantu pemilik dalam mengevaluasi strategi pemasaran produk Tahu Susu Lembang yang dimiliki perusahaan dengan berdasarkan kepada bauran pemasaran 4P (*product, price, place, dan promotion*). Strategi pemasaran pun dievaluasi berdasarkan kepuasan konsumen. Bauran pemasaran 4P dan kepuasan konsumen jika tidak segera dievaluasi untuk jangka waktu pendek, maka hal ini akan menciptakan efek berantai mulai dari kehilangan pelanggan, volume penjualan menyusut, hingga kebangkrutan. Penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk mengevaluasi strategi pemasaran bauran pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) dan kepuasan konsumen pada produk Tahu Susu Lembang menggunakan beberapa alat bantu seperti kuesioner dan *software SPSS*. Kuesioner dibuat untuk digunakan dalam mengumpulkan informasi-informasi yang dibutuhkan. Kuesioner terdiri dari kuesioner pembuka, kuesioner demografi, kuesioner 4P, dan kuesioner kepuasan serta saran konsumen.

Hasil dari pengukuran berdasarkan analisis 4P produk yang dihasilkan sudah baik tetapi masih perlu dilakukan perbaikan. Langkah yang harus dilakukan untuk memperbaiki produk tersebut adalah dengan cara membedakan bagaimana proses pembuatan tahu yang akan dibawa sebagai oleh-oleh dengan tahu yang akan dikonsumsi secara langsung. Perusahaan juga dapat memperbaiki kemasan yang akan digunakan sebagai wadah untuk produk yang akan dibawa sebagai oleh-oleh.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Kepuasan konsumen, Kuisoner

ANALYSIS OF 4P MARKETING (Product, Price, Place, Promotion) BASED ON VARIABLE CUSTOMER SATISFACTION IN CORPORATE THE BIG PRICE CUT GROUP

ABSTRACT

Ibnu Wanandi¹, Ibnu Wahid Fakhruddin Aziz², Suharno³

Lembang Milk Tofu is one of the engaged companies in the food industry. Lembang Milk Tofu moving in the section of soybean processing tofu. Marketing strategy planning is applied so that companies can compete in the market. The scope of this research using qualitative descriptive approach, data collected in the form of words, pictures or in the form of quotations. The purpose of this research is to know customer satisfaction after consuming Lembang Milk Tofu, analyze the marketing that has been done based on demography aspect, give suggestion improvement for company based on input given by the respondent and give suggestion improvement for company based on 4P analysis.

Various problems on existing marketing, the author wants to help the owner in evaluating the marketing strategy of Lembang Milk Tofu owned by the company based on the 4P marketing mix (product, price, place, and promotion). Marketing strategies were evaluated based on customer satisfaction. 4P marketing mix and consumer satisfaction if not evaluated for short periods of time, this will create a chain effect from loss of customers, shrinking sales volume, to bankruptcy. Research conducted by the authors to evaluate the marketing strategy of 4P marketing mix (product, price, place, promotion) and customer satisfaction on Lembang Milk Tofu product using some tools such as questionnaire and SPSS software. Questionnaires were made for use in collecting the required information. The questionnaire consisted of an opening questionnaire, a demographic questionnaire, a 4P questionnaire, and a customer satisfaction questionnaire and suggestion.

The results of the measurement based on the 4P analysis of the resulting product is good but still needs improvement. Steps to be taken to improve the product is to distinguish how the process of making tofu that will be brought as souvenirs with tofu to be consumed directly. The Company may also fix the packaging to be used as a container for the product to be carried by.

Keywords: Customer Satisfaction, Marketing Mix, Questionnaire