UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Bauran Pemasaran Berdasarkan Kepuasan Konsumen di PG Tasikmadu Karanganyar Jawa Tengah
AFIF HIDAYATULLAH, Diklusari Isnarosi Norsita, STP, M.Si
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ANALISIS BAURAN PEMASARAN BERDASARKAN KEPUASAN KONSUMEN DI PG TASIKMADU KARANGANYAR JAWA TENGAH

Afif Hidayatullah[1], Diklusari Isnarosi Norsita[2], Ika Restu Revulaningtyas[2]

ABSTRAK

PG Tasikmadu merupakan salah satu industri yang menghasilkan Gula Pasir Kristal Putih (GKP). Strategi pemasaran produk menjadi salah satu faktor yang paling menentukan keberhasilan penjualan gula pasir PG Tasikmadu, sehingga penerapan bauran pemasaran 4P menjadi bagian dari strategi pemasaran PG Tasikmadu. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap gula pasir dan proses pelayanan yang diberikan PG Tasikmadu kepada konsumen gula pasir. Selain itu, penelitian ini untuk mengidentifikasi bauran pemasaran 4P PG Tasikmadu agar dapat melakukan evaluasi dan menentukan solusi dari permasalahan yang diperoleh.

Proses penentuan kepuasan konsumen dilakukan dengan mengidentifikasi bauran pemasaran 4P. Identifikasi dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 100 responden disekitar PG Tasikmadu, kuesioner terdiri dari pembuka, kuesioner demografi, kuesioner bauran pemasaran 4P serta saran dari konsumen. Data hasil kuesioner nantinya akan ditabulasikan kedalam bentuk tabel agar mempermudah proses pengolahannya. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu *software SPSS Statistic 17* untuk diketahui data hasil kuesioner valid atau tidak berdasarkan nilai signifikasi dan *Cronchbach's Alpha*.

Berdasarkan hasil data kepuasan konsumen menunjukan bahwa terdapat beberapa dimensi perlu diperbaiki untuk memuaskan konsumen. Dimensi yang perlu perbaikan yaitu *Product* pada atribut warna gula pasir dengan nilai persepsi 2,49, dimensi *Price*pada atribut kestabilan harga dengan nilai persepsi 2,30 dan dimensi *Promotion* pada atribut desain kemasan dan sistem pemasaran yang masing-masing mempunyai nilai persepsi 2,47 dan 2,45. Dari 20 atribut pertanyaan, masih terdapat 4 atribut yang belum dapat memuaskan konsumen, antara lain desain kemasan gula pasir, sistem penjualan yang tidak memudahkan konsumen dalam mendapatkan gula pasir, serta harga jual dan kualitas dari gula pasir perlu dilakukan perbaikan.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Strategi Pemasaran, 4P, Kepuasan Konsumen

---

[1]Mahasiswa Program Studi Diploma III Agroindustri, Sekolah Vokasi UGM
[2]Staff Pengajar Program Studi Diploma III Agroindustri, Sekolah Vokasi UGM

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Bauran Pemasaran Berdasarkan Kepuasan Konsumen di PG Tasikmadu Karanganyar Jawa Tengah
AFIF HIDAYATULLAH, Diklusari Isnarosi Norsita, STP, M.Si
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ANALYSIS MARKETING MIX (PRODUCT, PRICE, PLACE AND PROMOTION) BASED ON CONSUMERSATISFACTION IN PG TASIKMADU KARANGANYAR JAWA TENGAH

Afif Hidayatullah [1], Diklusari Isnarosi Norsita[2], Ika Restu Revulaningtyas[2]

ABSTRACT

PG Tasikmadu is one of industry that produces sugar white crystalline. Product marketing strategy is one factor the most determining the success of the sale of sand PG Tasikmadu, so that the application of Marketing Mix 4P be part of marketing strategies PG Tasikmadu. The purpose of this research is aimed to know customer satisfaction to sugar and the service given PG Tasikmadu to consumers sugar. In addition, this research to identify Marketing Mix 4P PG Tasikmadu in order to evaluate and determine the solution of problems obtained.

The process of determining the satisfaction is done consumer satisfaction by identifying Marketing Mix 4P.Identification done by spreading kuesioner to 100 respondents around PG Tasikmadu, kuesioner consisting of opening, kuesioner demographic, kuesioner Marketing Mix 4P and advice from the consumers. Data kuesioner will be tabulation into table form to ease the process of processing. Processing data is done by the use of a help software spss statistic 17 to see data kuesioner valid or is not based on value significance and cronchbach's alpha.

Based on the results of data consumer satisfaction showed that there are some dimensions needs to be improved to satisfy consumers. Dimensions to require improvement the product in an attribute of color sugar with perceived value 2,49, dimensions price stability in attribute price with perceived value 2.30 and dimension promotion in attribute design packaging and system for the marketing each of which it has value perception 2,47 and 2,45.Than 20 attribute question, there are still 4 attribute who have not received satisfactory consumers, so that design packaging sugar, sales system not ease consumers in obtaining sugar, the selling price and the quality of sugar need to repaired.

Keyword :Marketing Mix, Marketing Strategies, 4P, Customer Satisfaction

---

[1]Student of Agroindustrial Program Study. Gadjah Mada University
[2]Lecturer of Agroindustrial Program Study. Gadjah Mada University