

ANALISIS PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PRODUK KERIPIK KENTANG NIDA FOOD WONOSOBO

Intisari

Nida Food memproduksi dua macam produk makanan yaitu produk carica dan produk keripik kentang. Produk carica Nida Food menjadi produk unggulan, karena memang pengembangan produk ini sudah bagus dan memiliki konsumen yang besar, sedangkan produk Keripik kentang menjadi produk sampingan. Permasalahan yang dihadapi oleh Nida Food Wonosobo adalah tingkat penjualan keripik kentang yang masih rendah, oleh karena itu untuk pengembangan lebih lanjut diperlukan analisis bauran pemasaran. Analisis bauran pemasaran produk keripik kentang di Nida Food Wonosobo ini belum pernah dilakukan sebelumnya, sehingga dapat diketahui faktor-faktor penyebab redahnya daya beli konsumen terhadap produk ini.

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner tentang bauran pemasaran 4P yaitu *Product, Price, Place, Promotion*, dan kepuasan konsumen terhadap konsumen keripik kentang Nida Food Wonosobo kemudian menganalisa kepuasan konsumen menggunakan uji *chi-square* untuk mengetahui hubungan variabel 4P terhadap kepuasan konsumen.

Hasil dari penelitian menunjukkan hal yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu berdasarkan fasilitas industri berupa lahan parkir yang kurang memadai, serta kurang efektifnya strategi promosi yang dilakukan industri. Uji *chi-square* yang dilakukan menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel bauran pemasaran 4P terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Bauran pemasaran 4P, kepuasan konsumen, *marketing mix*

ANALYSIS OF APPLICATION MARKETING MIX PRODUCTS POTATO CHIPS NIDA FOOD WONOSOBO

Abstract

Nida Food produces two types of food products, namely products and product carica potato chips. Nida Food Products carica be a superior product, because the development of this product is great and has a large consumer, whereas potato chips product becomes a byproduct. Potato chips product has not been done due to the development of the purchasing power of consumers for products that lower potato chips. Analysis of product marketing mix potato chips in Nida Food Wonosobo this has never been done before, so it was supposed to have known the factors that cause a lack of consumer purchasing power against this product.

This research was conducted by distributing questionnaires about 4P marketing mix, namely Product, Price, Place, Promotion, and customer satisfaction to consumers of potato chips Nida Food Wonosobo then analyze consumer satisfaction using the chi-square test to determine the relationship 4P variables on customer satisfaction.

Results from the study show that most affects customer satisfaction is based on the industrial facilities in the form of a parking lot that is less comprehensive, and less effective promotional strategies do industry. Chi-square tests conducted showed a significant relationship between the variables of the marketing mix 4P on customer satisfaction.

Keywords: 4P marketing mix, customer satisfaction