

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pandowo Coffee House Durenan Trenggalek” ini ditulis oleh Maulia Wilda Asrofi, NIM 17402153172, pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah persaingan usaha yang semakin ketat, maka perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan manajemen pemasarannya. Bauran pemasaran adalah inti dari suatu sistem pemasaran suatu perusahaan yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi permintaan akan produk yang dihasilkan. Salah satunya yaitu kedai kopi Pandowo Coffee House. Strategi yang digunakan yakni strategi bauran pemasaran (4P), yang meliputi penentuan produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini yaitu: (1) Bagaimana strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Pandowo Coffee House? (2) Bagaimana faktor penghambat dan pendukung bauran pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Pandowo Coffee House? (3) Bagaimana analisis SWOT strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Pandowo Coffee House?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Pandowo Coffee House yaitu sudah berjalan sesuai prosedur dan teori yang ada, (2) Faktor penghambat dan pendukung bauran pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Pandowo Coffee House yaitu faktor penghambat a) produk, tidak tersedianya mesin canggih pembuat, b) harga, masih kesulitan untuk menentukan harga yang pas dan dapat diterima oleh pelanggan, c) tempat, bukan penghambat, d) promosi, informasi yang diberikan tidak tersampaikan dengan baik kepada pelanggan. Faktor pendukung a) produk, menambah jumlah barista dan alat-alat pembuat kopi manual, b) harga, mengadakan promo buy 2 free 1 untuk menarik pelanggan, c) tempat, sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan yaitu menyediakan fasilitas yang baik, lokasi yang strategis mudah ditemui, d) promosi, melakukan evaluasi dengan membenahi pemilihan gambar dan membenahi kata-kata yang kurang dipahami pelanggan, sehingga informasi tersampaikan dengan baik ke pelanggan. (3) Analisis SWOT strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Pandowo Coffee House menggunakan matrik IFAS dan EFAS menunjukkan unit usaha ini berada pada posisi sel I, artinya usaha ini memiliki peluang lingkungan dan kekuatan yang mendorong dimanfaatkannya peluang yang ada.

**Kata kunci :** *Bauran Pemasaran, Kepuasan Pelanggan, Analisis SWOT, Kedai Kopi, Pandowo Coffee House.*

## ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Mix Strategy in Increasing Customer Satisfaction of Pandowo Coffee House Trenggalek Durenan" was written by Maulia Wilda Asrofi, NIM 17402153172, supervisor Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

This research is motivated by the problem of increasingly fierce business competition, so companies are required to pay more attention to marketing management. The marketing mix is the core of a company's marketing system that can be done to influence the demand for products produced. One of them is Pandowo Coffee House. The strategy used is the marketing mix strategy (4P), which includes the determination of the product, price, place and promotion.

The focus of research in this thesis is: (1) What is the marketing mix strategy in increasing customer satisfaction of Pandowo Coffee House? (2) What is the inhibiting and marketing mix supporting factor in increasing Pandowo Coffee House customer satisfaction? (3) How is the SWOT analysis of the marketing mix strategy in increasing customer satisfaction of Pandowo Coffee House?

This study uses a qualitative approach to the type of descriptive research. Sources of data obtained are primary and secondary data. Data collection techniques with observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques using data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study indicate that: (1) Marketing mix strategy in increasing customer satisfaction Pandowo Coffee House is already running according to existing procedures and theories, (2) Inhibiting factors and supporting the marketing mix in increasing customer satisfaction Pandowo Coffee House namely inhibiting factors a) product, unavailability of sophisticated machines, b) price, still having difficulty in determining the right price and acceptable to the customer, c) place, not a barrier, d) promotion, the information provided is not well conveyed to the customer. Supporting factors a) products, increasing the number of baristas and manual coffee makers, b) prices, holding buy 2 free 1 promos to attract customers, c) places, are in accordance with the desired criteria, namely providing good facilities, strategic locations easily found, d) promotion, conducting evaluation by fixing the selection of pictures and correcting words that are less understood by customers, so that information is conveyed well to customers. (3) SWOT analysis of the marketing mix strategy in increasing customer satisfaction Pandowo Coffee House using the IFAS and EFAS matrix shows that this business unit is in cell I position, meaning that this business has environmental opportunities and strengths that encourage the utilization of existing opportunities.

**Keywords:** *Marketing Mix, Customer Satisfaction, SWOT Analysis, Coffee Shops, Pandowo Coffee House.*