

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Penerapan Strategi *Mix Marketing* Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Café Diponegoro Tulungagung)” ini ditulis oleh Sonia Noor Alfu Laily, NIM 12405193236, Pembimbing Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *mix marketing 9P* yang diterapkan Café Diponegoro Tulungagung untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan penjualan, serta dampak dan solusi dari penerapannya.

Fokus penelitian ini adalah (1) Apakah Café Diponegoro Tulungagung telah menerapkan *mix marketing 9P* (*product, price, place, people, promotion, process, physical evidence, payment, and packaging*) secara keseluruhan? (2) Bagaimana upaya Café Diponegoro Tulungagung dalam menerapkan *mix marketing 9P* (*product, price, place, people, promotion, process, physical evidence, payment, and packaging*) tersebut sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan? (3) Bagaimana dampak dan solusi dari Café Diponegoro Tulungagung dalam menerapkan strategi *mix marketing*?

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Proses pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara, dokumentasi, observasi. Teknis analisis data dalam penelitian ini adalah dengan kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian terhadap penerapan strategi *mix marketing 9P* yang diterapkan oleh Café Diponegoro Tulungagung dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah (1) Strategi Bauran Pemasaran yang diterapkan oleh Café Diponegoro dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan menerapkan bauran pemasaran *marketing mix 9P* (*product, place, price, promotion, people, process, payment, physical evidence dan packaging*). (2) Upaya yang dilakukan Café Diponegoro dalam menerapkan bauran pemasaran *marketing mix* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang meliputi 9P dimana *product* yang dijual adalah makanan dan minuman. Harga yang diberikan sangat terjangkau bagi semua kalangan. Mempromosikan makanan dan minuman melalui media sosial. Melakukan penjualan baik secara online maupun offline. Untuk *people*, Café Diponegoro Tulungagung memiliki karyawan pada bidangnya masing-masing yaitu 1 orang pada bagian makanan dan 1 orang pada bagian minuman. Mengenai *process*, alat-alat yang dimiliki sudah memadai. Mengenai *place*, letaknya sangat strategis yang berada di tengah pusat kota dan mudah untuk ditemukan. Mengenai *physical evidence*, Café Diponegoro Tulungagung ramah dalam memberikan pelayanan, mengenai *packaging*, Café Diponegoro Tulungagung rapi dalam pengemasan dan penyajian. Dampak positifnya adalah meningkatnya volume penjualan jika pelanggan puas. Dampak negatifnya beberapa strategi belum diterapkan secara maksimal. Solusi yang diberikan café tersebut adalah menjaga kualitas dibandingkan dengan kuantitas.

Kata Kunci : Strategi *mix marketing 9P*, Kepuasan Pelanggan, Café Diponegoro

ABSTRACT

The thesis entitled " Analysis of the Implementation of Mix Marketing Strategy to Increase Customer Satisfaction (Case Study at Café Diponegoro Tulungagung) " was written by Sonia Noor Alfu Laily, NIM 12405193236, Supervisor Refki Rusyadi, M.Pd.I.

This study aims to analyze the 9P mix marketing strategy implemented by Café Diponegoro Tulungagung to increase customer satisfaction so as to increase sales, as well as the impact and solutions of its implementation.

The focus of this research is (1) Has Café Diponegoro Tulungagung implemented the 9P marketing mix (product, price, place, people, promotion, process, physical evidence, payment, and packaging) as a whole? (2) What are the efforts of Café Diponegoro Tulungagung in implementing the 9P marketing mix (product, price, place, people, promotion, process, physical evidence, payment, and packaging) so that it can increase customer satisfaction? (3) What are the impacts and solutions of Café Diponegoro Tulungagung in implementing a mix marketing strategy?

This research uses a qualitative descriptive approach. The data collection process is conducted through interviews, documentation, and observation. The data analysis technique includes data condensation, data presentation, and conclusion drawing.

The results of the research on the implementation of the 9P marketing mix strategy implemented by Café Diponegoro Tulungagung in increasing customer satisfaction are (1) The Marketing Mix Strategy implemented by Café Diponegoro in increasing customer satisfaction is by implementing the 9P marketing mix (product, place, price, promotion, people, processing, payment, physical evidence and packaging). (2) The efforts made by Café Diponegoro in implementing marketing mix marketing mix to increase customer satisfaction which includes 9P where the products sold are food and beverages. Prices are very affordable for all people. Promote food and drinks through social media. Make sales both online and offline. For the community, Café Diponegoro Tulungagung has employees in their respective fields, namely 1 person in the food section and 1 person in the beverage section. Regarding the process, the tools that are owned are adequate. Regarding the location, it is very strategic in the middle of the city center and easy to find. Regarding physical evidence, Café Diponegoro Tulungagung is friendly in providing services. Regarding packaging, Café Diponegoro Tulungagung is neat in its packaging and presentation. The positive impact is an increase in sales volume if the customer is satisfied. The negative impact of several strategies has not been implemented optimally. The solution provided by the café is to maintain quality compared to quantity.

Keywords: 9P mix marketing strategy, Customer Satisfaction, Café Diponegoro