

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran 7P Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan” ini ditulis oleh Kusnul Diana Mukti, NIM. 1742143147, pembimbing Dr. Ahmad Muhtadi Anshor, M.Ag.

Penerapan bauran pemasaran 7P yang dilakukan oleh pihak swalayan menjadi prioritas utama dan faktor terbentuknya kepuasan konsumen terhadap swalayan. Hal utama agar swalayan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar maka implementasi dalam bauran pemasaran 7P harus lebih ditingkatkan. Pihak swalayan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan, agar pelanggan merasa puas dan tidak memilih swalayan lain sebagai tempat berbelanja.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana bauran pemasaran 7P yang di lakukan oleh pemilik Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan?, (2) Apa saja faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pembeli dalam melakukan pembelian ulang di Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) bauran pemasaran 7P yang di lakukan oleh pemilik Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan, untuk mengetahui (2) pertimbangan pembeli dalam melakukan pembelian ulang di Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi metode observasi, wawancara mendalam(*indept interview*) dan dokumentasi.

Penelitian ini menghasilkan temuan berupa: (1) bauran pemasaran yang dilakukan oleh Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan yaitu menggabungkan beberapa unsur yaitu bauran pemasaran 7P yang mana tujuh unsur tersebut sudah diterapkan dan dilakukan dengan baik di Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan. Produk yang lengkap dan kualitas yang bagus, harga yang terjangkau, tempat yang strategis, nyaman dan bersih, serta promosi yang simple dan tidak mengeluarkan banyak biaya. karyawan yang ramah, bukti fisik yang memadai serta proses penyaluran barang yang mudah dan praktis. (2) Faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian ulang di Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan yaitu kepuasan yang telah dirasakan oleh para konsumen dari sistem pelayanan, produk, harga serta penyediaan tempat Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan. Selain itu terdapat faktor lainnya yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor probadi, faktor psikologis, faktor lingkungan, faktor antar pribadi dan faktor pengalaman.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kepuasan Konsumen, Pembelian Ulang.

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Mix Analysis 7P Against Re-Buy Interest consumers in the Tupani Departmen Store Ngadirojo Pacitan". This was written by Kusunul Diana Mukti, NIM. 1742143147, supervisor Dr. Ahmad Muhtadi Anshor, M.Ag.

The application of marketing mix 7P conducted by the supermarket became a top priority and formation factors of satisfaction consumers against supermarket. The main thing in order for self-service can survive, compete and control the market then the implementation in 7P marketing mix must be further improved. Self-catering parties should pay attention to the things that are considered important by the customer, so customers feel satisfied and do not

The focus of the research in this thesis is: (1) How the marketing mix 7P performed by the owner of a self-service Tupani Ngadirojo, Pacitan? (2) what are the factors into consideration in making a purchase buyers in Self-service Tupani Ngadirojo Pacitan?. The purpose of this research is to know: (1) the marketing mix 7P performed by the owner of a self-service Tupani Ngadirojo Pacitan, to know (2) the buyer's consideration in making a purchase in the Self-service Tupani Ngadirojo Pacitan.

This research is research using qualitative descriptive research approach with the kind of case study research. As for the technique of collecting data in this study include methods of observation, in-depth interviews and documentation.

This select another supermarket as a place to shop. Research resulted in findings include: (1) the marketing mix performed by Self-service Tupani Ngadirojo Pacitan combining several elements, namely marketing mix in which seven 7P the item already applied and performed well in the Self-service Tupani Ngadirojo Pacitan. A complete product and good quality, reasonable price, a strategic place, comfortable and clean, as well as the promotion of the simple and not spend a lot of cost. The employees are friendly, adequate physical evidence as well as the process of channelling goods easy and practical. (2) Factors that are taken into account by consumers in buying back at Tupani Supermarket Ngadirojo Pacitan are satisfaction that has been felt by consumers from the service system, products, prices and the provision of the Ngadirojo Pacitan Supermarkets. In addition there are other factors, namely, cultural factors, social factors, probate factors, psychological factors, environmental factors, interpersonal factors and experience factors.

Keywords: Marketing Mix, Consumer Satisfaction, Repurchase.