

ABSTRAK

Widi Asmarawati. Gambaran Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada RG *Fried Chicken* di Jl. Dr. Sutomo. Dibimbing oleh Hesti Atasasih, SKP, MKM dan Sri Mulyani, STP, M.Si

Pemasaran merupakan faktor penting dalam siklus yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan satu perangkat yang terdiri dari Marketing mix tersebut terdiri dari beberapa unsur yang disingkat 7P yakni *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gambaran bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang dijalankan pada RG *Fried Chicken*. Penelitian ini disajikan secara deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini sampel yang diambil adalah karyawan dan konsumen RG *Fried Chicken* dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*, dengan jumlah sampel 42 orang. Analisis data dilakukan secara univariat. Hasil penelitian bauran pemasaran (*marketing mix*) pada RG *Fried Chicken* diketahui pada faktor Produk (*product*) yaitu Sangat Setuju (85,3%), faktor Harga (*price*) yaitu Sangat Setuju (89%), faktor Tempat (*place*) yaitu Sangat Setuju (84,3%), faktor promosi (*promotion*) yaitu Setuju (83,6%), faktor Orang (*people*) yaitu Sangat Setuju (88,1%), faktor Proses (*process*) yaitu Sangat Setuju (84,1%), dan faktor Bukti Fisik (*physical evidence*) yaitu Setuju (74,2%). Disarankan untuk memperhatikan suhu ruangan dan memberikan fasilitas seperti *wifi* dan AC (*Air Conditioner*) agar konsumen merasa nyaman saat makan ditempat.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran

ABSTRACT

Widi Asmarawati. An Overview of Marketing Mix of RG Fried Chicken on Jl. Dr. Sutomo. Supervised by Hesti Atasasih, SKP, MKM and Sri Mulyani, STP, M.Si

Marketing is an important factor in the cycle associated with meeting consumer needs. Marketing strategy has an important role in achieving business success. Therefore, the marketing sector plays a major role in realizing business plans. The marketing mix is a device consisting of several elements, often abbreviated as 7P, namely product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The purpose of this research is to find out how the description of the marketing mix is run on RG Fried Chicken. This research is presented in a qualitative descriptive manner. In this study, the samples taken were employees and consumers of RG Fried Chicken using the Accidental Sampling method, with a total sample of 42 people. Data analysis was performed univariately. The results of the marketing mix research on RG Fried Chicken are known on product factors, namely Strongly Agree (85.3%), and Price factors, namely Strongly Agree (89%). Place factors, namely Strongly Agree (84.3%), the promotion factor Agree (83.6%), the People factor Strongly Agree (88.1%), the Process factor Strongly Agree (84.1%), and the physical evidence factor, namely Agree (74.2%). It is recommended to pay attention to the temperature in the room and provide facilities such as Wifi and AC (Air Conditioner) so that consumers feel comfortable when eating.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix