

Musdali Fatul Hasanah. NIM120321100007. Pemetaan Kinerja dan Kepuasan Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Produk Jamu Madura Merek Payung Emas "Siti Fatma". Dibawah bimbingan Dr. Elys Fauziyah, SP., MP.

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat antar produk jamu di Indonesia, menyebabkan pertumbuhan industri jamu madura di kota Bangkalan mengalami penurunan. UD. Payung Emas "Siti Fatma" merupakan industri jamu madura yang memiliki omset tertinggi di Kota Bangkalan, namun omset pada tahun 2013-2014 tidak mengalami peningkatan. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mengetahui pemetaan kinerja bauran pemasaran produk jamu madura merek Payung Emas "Siti Fatma" dengan menggunakan metode IPA (Importance Performance Analysis), dan 2) mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran produk jamu madura merek Payung Emas "Siti Fatma" menggunakan metode CSI (Customer Satisfaction Index). Hasil dari penelitian ini berdasarkan analisis IPA menunjukkan bahwa atribut kemudahan memperoleh menjadi prioritas utama dalam melakukan perbaikan kinerja bauran pemasaran produk jamu madura merek Payung Emas "Siti Fatma". Dari hasil analisis CSI, diperoleh tingkat kepuasan konsumen sebesar 0.80 yaitu berada pada rentang 0.66-0.80, nilai tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen sudah puas terhadap bauran pemasaran produk jamu madura merek Payung Emas "Siti Fatma".

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Importance Performance Analysis (IPA), Jamu Madura, Indek Kepuasan Konsumen

Musdali Fatul Hasanah. NIM120321100007. Mapping of Performance and Customer Satisfaction on Marketing Mix of Payung Emas “Siti Fatma” Madura Herbal Drink Product. Supervised by Dr. Elys Fauziyah, SP., MP.

ABSTRACT

The increasingly fierce competition among herbal drink products in Indonesia causes the growth of Madura herbal drink industry in Bangkalan decreased UD. Payung Emas “Siti Fatma” is an industry of Madura herbal drink that has the highest income in Bangkalan town, but the income in 2013-2014 did not increase. The aims of this study are 1) to know the mapping of performance of marketing mix of Payung Emas “Siti Fatma” Madura herbal drink product by using IPA (Importance Performance Analysis) method, and 2) to know the level of customer satisfaction on the marketing mix of Payung Emas “Siti Fatma” Madura herbal drink product by using CSI (Customer Satisfaction Index) method. The results of this study based on the IPA analysis show that the ease of obtaining attribute becomes the top priority in improving the performance of the marketing mix of Payung Emas “Siti Fatma” Madura herbal drink product. Moreover, the results of CSI analysis show that the level of customer satisfaction is 0.80 which is in the range of 0.66-0.80, the value indicates that overall, the customers are satisfied on the marketing mix of Payung Emas “Siti Fatma” Madura herbal drink product.

Keywords: Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis (IPA), Madura Herbal Drink, Marketing Mix