



RINGKASAN

SALSA DILA. Analisis Minat Konsumen terhadap Variasi Menu Premix Salad di Novotel Bogor Golf Resort and Convention Center (*Analysis of Consumer Interest in the Variety of Premix Salad Menu at Novotel Bogor Golf Resort and Convention Center*). Dibimbing oleh SILVIA DEWI SAGITA ANDIK.

Hotel Novotel Bogor tidak hanya berfungsi sebagai tempat penginapan, namun juga sebagai fasilitas pelayanan publik. Salah satu *department* yang terdapat di hotel adalah *food and beverage department*. *Food and beverage department* bertanggungjawab terhadap kebutuhan pelayanan makanan dan minuman. Salah satu hidangan yang diproduksi di *cold kitchen* yakni *premix salad* sering kali tidak habis yang menyebabkan tingginya *food waste*. Hal tersebut dapat disebabkan oleh ketidaktahuan akan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk *salad*. Oleh karena itu, dilakukan analisis terhadap minat konsumen dengan menggunakan unsur – unsur bauran pemasaran 7P.

Tujuan umum dari tugas akhir ini adalah menganalisis minat konsumen terhadap variasi menu *premix salad* berdasarkan bauran pemasaran 7P. Tujuan khusus dari tugas akhir ini yaitu menganalisis proses produksi variasi menu *premix salad* di Novotel Bogor, menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap variasi menu *premix salad* di Novotel Bogor, dan menganalisis menu *premix salad* yang paling diminati oleh konsumen di Novotel Bogor. Jenis dan cara pengumpulan data yang digunakan adalah data primer, dengan teknik pengumpulan data menggunakan survey kuesioner dengan pengukuran skala likert (1-5). Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif.

Karakteristik responden yang datang berkunjung untuk makan siang dan atau makan malam di Verandaah restoran rata-rata seorang laki-laki, dengan rentang usia rata – rata yaitu 26 – 40 tahun. Pendidikan terakhir responden umumnya adalah jenjang strata 1/strata 2. Mayoritas responden berasal dari daerah bogor. Responden rata-rata seorang pegawai swasta, dengan besar penghasilan perbulan yaitu Rp5.000.001,00 – Rp10.000.000,00. Serta, frekuensi responden berkunjung ke Verandaah restaurant dalam kurun waktu setahun paling banyak adalah kurang dari 3 hari.

Berdasarkan hasil analisis bauran pemasaran 7P menunjukkan bahwa *Person* mendapatkan nilai rata – rata tertinggi terhadap minat konsumen, dengan skala nilai 4,60 (Kategori sangat baik). Sedangkan, *promotion* mendapatkan nilai rata – rata terendah yakni 3,09 (Kategori baik). Akan tetapi, teknik promosi guna memperkenalkan *premix salad* kepada para responden masih belum optimal. Lalu, berdasarkan hasil analisis minat konsumen terhadap variasi menu *premix salad* mendapatkan nilai rata – rata 4,43 yang termasuk ke dalam kategori interval sangat berminat. Hal tersebut didukung dengan banyaknya responden yang setuju untuk melakukan pembelian ulang makanan *buffet* serta mencoba varian lain dari *premix salad* yang disajikan di Verandaah restaurant.

Kata Kunci: bauran pemasaran 7P, minat konsumen, *premix salad*