



RINGKASAN

SHABRINA AULIA. Analisis Bauran Pemasaran 7P terhadap Loyalitas Konsumen di Catering Saleroku Resto Sofyan Hotel Jakarta. *Analysis of 7P Marketing Mix on Consumer Loyalty at Catering Saleroku Resto Sofyan Hotel Jakarta.* Dibimbing oleh SILVIA DEWI SAGITA ANDIK.

Saleroku Resto merupakan satu dari banyak pelaku usaha yang menekuni bisnis kuliner terutama catering. *Saleroku Resto* salah satu sektor yang cukup terdampak pandemi Covid-19, yang mengakibatkan penutupan usaha selama satu tahun. Pada akhirnya pihak manajemen *Saleroku Resto* yang bekerjasama dengan pihak Sofyan Hotel memutuskan untuk membuka kembali *Saleroku Resto* pada bulan Februari tahun 2021 dengan inovasi pengadaan *meal box* yang akan didistribusikan kepada pihak luar hotel. Saleroku Resto memenuhi kebutuhan catering karyawan, acara kantor ataupun acara lain yang membutuhkan jasa catering. Salah satu masalah yang sering dihadapi yaitu turun naiknya pesanan catering. Salah satu upaya untuk meningkatkan jumlah pesanan catering yaitu menjaga kualitas produk dan menjaga hubungan konsumen. Pengukuran loyalitas konsumen dapat diukur melalui survei untuk melihat respon serta persepsi konsumen terhadap produk.

Tujuan umum dari tugas akhir ini adalah menganalisis bauran 7P pada Catering Saleroku Resto yang berada di Hotel Sofyan Jakarta. Adapun tujuan khusus dari tugas akhir ini yaitu mengidentifikasi bauran pemasaran 7P di Saleroku Resto dan menyusun strategi pemasaran yang tepat di Saleroku Resto. Waktu pengamatan, pengambilan data dan pengolahan data dilakukan selama kurang lebih dua bulan dimulai dari bulan Mei hingga bulan Juni 2022. Metode pengambilan data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dan analisis deskriptif dengan melakukan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar secara *online* kepada pelanggan Saleroku Resto.

Kuesioner yang telah disebar berisi 23 pernyataan mengenai bauran pemasaran atau *marketing mix 7P (product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence)*. Skala penilaian yang digunakan yaitu skala likert dengan tujuh poin penilaian, dimana tujuh merupakan nilai tertinggi dan satu merupakan nilai terendah. Kuesioner dengan skala likert yang telah disebar dan diisi oleh 36 responden, menunjukkan bahwa karakteristik konsumen Saleroku Resto rata-rata berusia 23 tahun - 28 tahun. Sebagian besar konsumen Saleroku resto yaitu laki-laki dengan perbandingan persentase laki-laki 52,8 % dan perempuan 47,2 %. Sebagian besar responden berasal dari Jakarta bekerja sebagai karyawan swasta dengan rata-rata pendapatan perbulan Rp. 3,000,000 – Rp. 5,000,000. Responden dengan Pendidikan terakhir Sarjana/S1 mendominasi dengan persentase sebesar 75%. Berdasarkan hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*) memberikan aspek yang baik bagi loyalitas konsumen di Saleroku resto.

Kata kunci : *Catering, Marketing mix, Restoran*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.