



RINGKASAN

NURJANNAH FAJRIANI. Identifikasi Bauran Pemasaran Pada Kantin Sehati. *Identification of The Marketing Mix At Sehati Canteen.* Dibawah bimbingan **SILVIA DEWI SAGITA ANDIK.**

Kantin Sehati merupakan salah satu kantin yang berada di lingkungan Kampus Gunung Gede Sekolah Vokasi IPB. Kantin ini menyediakan makanan dan minuman untuk mahasiswa, dosen dan karyawan. Kantin Sehati dibuka pada pukul 08.00 sampai 16.00 WIB. Masalah utama yang dihadapi oleh Kantin Sehati yaitu pengunjung Kantin Sehati masih sedikit. Oleh karena itu, dilakukan penelitian identifikasi bauran pemasaran menggunakan atribut 7P yaitu, *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses) dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik). Tujuan penelitian ini agar pihak Kantin Sehati dapat memperbaiki strategi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran untuk meningkatkan produk serta pelayanannya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada mahasiswa Sekolah Vokasi IPB dengan skala likert. Hasil rata-rata dari skala likert ini kemudian akan dibagi menjadi tiga kelas interval untuk mengambil suatu kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang diterapkan oleh Kantin Sehati dalam kategori cukup baik.

Kata Kunci : Karakteristik konsumen dan bauran pemasaran



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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