

Repo Pratama. J1A217019. Strategi Bauran Pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) Produk Kopi Arabika Pada Belibis *Coffee*. Pembimbing: Dr. Ir. Sahrial, M.Si dan Fera Oktaria, S.TP., M.P.

RINGKASAN

Tujuan penelitian adalah untuk Mengetahui strategi bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yang telah diterapkan di Belibis *Coffee*, tanggapan konsumen mengenai bauran pemasaran yang diterapkan dan Perbaikan penerapan bauran pemasaran.

Teknik penentuan populasi dan sampel menggunakan metode purposive sampling dan ditentukan dengan rumus slovin untuk produk kopi bubuk. Pada produk *green bean* dan *roast bean* penentuan sampel berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik belibis *coffee*. Sedangkan teknik analisis data yaitu dengan kecenderungan skor rata-rata dari kuisioner.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Strategi bauran pemasaran yang telah diterapkan belibis *coffee* yaitu *Product, Price, Place* dan *Promotion* dengan sub variabel kualitas produk, merek, kemasan, penetapan harga, segmentasi pasar, saluran distribusi, periklanan dan penjualan pribadi. Tanggapan konsumen terhadap strategi bauran pemasaran yang diterapkan belibis *coffee* Pada semua variabel produk *green bean* dan *roast bean* arabika dalam kategori sangat baik. Pada produk Kopi bubuk arabika semua variabel dalam kategori baik hingga sangat baik. Perbaikan penerapan bauran pemasaran di Belibis *Coffee* yaitu Pada *Green bean* dan *roast bean* arabika, variabel *Product* terdapat perbaikan kualitas produk, kemasan dan pelabelan. Variabel *Price*, perbaikan penetapan harga, diskon pembelian dan periode pembayaran. Variabel *Place*, perbaikan saluran distribusi, Ketersediaan produk pada outlet dan toko dan proses pemesanan. Variabel *Promotion*, perbaikan dengan cara periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi. Pada Kopi bubuk arabika, variabel *Product* terdapat perbaikan kemasan dan pelabelan. Variabel *Price*, perbaikan penetapan harga, diskon pembelian dan periode pembayaran. Variabel *Place*, perbaikan saluran distribusi, Ketersediaan produk pada outlet dan toko dan proses pemesanan. Variabel *Promotion*, perbaikan dengan cara periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi.

Kata kunci : Strategi Bauran Pemasaran; Belibis *coffee*.