

ABSTRAK

Rosa Mayshinta, Analisis Bauran Pemasaran Keripik Pisang Pada Agroindustri Darma Jaya di Kota Jambi. Dibimbing oleh **Prof. Dr. Ir. Ira Wahyuni, M. P.** dan **Dr. Ir. Endy Effran, S.P., M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Mendeskripsikan gambaran umum Agroindustri Darma Jaya (2) Menganalisis strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan Agroindustri Darma Jaya. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan penilaian menggunakan skala *likert* (4,3,2,1) . Jumlah Responden dalam penelitian ini adalah 30 orang konsumen keripik pisang Agroindustri Darma Jaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Kegiatan proses produksi Agroindustri Darma Jaya dilakukan dengan mengolah bahan baku utama berupa pisang tanduk menjadi keripik pisang dalam berbagai varian rasa, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 15 orang. Produksi dilakukan setiap hari dan produk disalurkan kepada distributor dan *reseller*. (2) Penerapan elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P Agroindustri Darma Jaya yaitu aspek produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), orang (*people*), dan proses (*process*) menunjukkan kategori baik berdasarkan kecenderungan skor rata-rata. Namun, masih memiliki aspek yang masuk dalam kategori kurang baik yaitu promosi (*promotion*) dan bukti fisik (*physical evidence*). Oleh karena itu, Agroindustri Darma Jaya disarankan untuk mempertahankan serta meningkatkan kualitas pada aspek-aspek yang sudah baik dan melakukan pembenahan pada aspek yang masih kurang optimal, khususnya pada strategi promosi (*promotion*) dan peningkatan bukti fisik (*physical evidence*).

Kata Kunci : Agroindustri, Bauran pemasaran, Keripik Pisang dan Skala Likert

