

RINGKASAN

Musdalipa (08320220040). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Tahu Sumedang Renyah Di Kabupaten Pangkep. Dibimbing oleh Ibu Sitti Rahbiah dan Bapak Andi Azrarul Amri

Meningkatnya jumlah pelaku usaha tahu goreng membuat persaingan antarusaha menjadi semakin ketat. Kondisi tersebut mendorong setiap pelaku usaha untuk tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendeskripsikan proses produksi Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep; (2) Mendeskripsikan jenis produk, harga dan volume penjualan pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep; (3) Mendeskripsikan penerapan bauran pemasaran (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep; (4) Menganalisis nilai kinerja dan kepentingan dari bauran pemasaran pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep; (5) Menganalisis tingkat kepentingan konsumen terhadap bauran pemasaran pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep; (6) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai Juni 2026 dengan menggunakan pendekatan kuantitatif serta menggunakan rumus *Lemeshow* dalam penentuan sampelnya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling* dan *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *Google Form* serta diperkuat dengan menggunakan observasi dan wawancara untuk menambah informasi penting. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan tiga teknik analisis yaitu pertama menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan proses produksi, mendeskripsikan jenis produk, harga dan volume penjualan dan mendeskripsikan penerapan bauran pemasaran pada Usaha Tahu Sumedang Renyah. Kedua, menggunakan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menganalisis tingkat kepentingan konsumen terhadap bauran

pemasaran pada Usaha Tahu Sumedang Renyah. Ketiga, menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran pada Usaha Tahu Sumedang Renyah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Proses produksi Tahu Sumedang Renyah diawali dengan penyediaan bahan baku, perendaman kedelai, penggilingan kedelai, pemasakan, penyaringan sari kedelai, kemudian ditambahkan bahan penggumpal hingga terbentuk padatan tahu, pencetakan tahu, pemotongan tahu, lalu direndam dalam air garam, digoreng hingga berwarna kuning keemasan dan tahu siap dipasarkan kepada konsumen. (2) Usaha Tahu Sumedang Renyah mempunyai 10 jenis varian produk tahu yaitu tahu goreng yang tersedia dalam tujuh pilihan paket, dengan kisaran harga Rp.33.000–Rp.99.000. Selain itu, usaha juga menawarkan varian tahu isi dengan harga Rp.5.500/pcs. (3) Usaha Tahu Sumedang Renyah menerapkan bauran pemasaran (7P) melalui penyediaan produk tahu dengan berbagai pilihan, penetapan harga yang sesuai dengan kualitas, lokasi usaha yang strategis, promosi melalui media sosial, papan nama usaha, dan promosi dari mulut ke mulut, pelayanan yang ramah dan cepat, proses pembayaran yang mudah, serta penyediaan fasilitas fisik yang bersih dan nyaman bagi konsumen. (4) Tingkat kinerja menunjukkan bahwa atribut orang (*people*) memperoleh penilaian kinerja tertinggi yaitu sebesar 1.588, sedangkan tingkat kepentingan menunjukkan bahwa atribut produk (*product*) dengan nilai 1.687 merupakan atribut yang paling di prioritaskan oleh konsumen. (5) Tingkat kepentingan konsumen terhadap bauran pemasaran yaitu pada cita rasa yang khas dan kesesuaian harga dengan kualitas yang termasuk dalam kuadran I (prioritas utama), sehingga menjadi fokus perbaikan. (6) Tingkat kepuasan konsumen terhadap penerapan bauran pemasaran pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep berada pada kategori puas.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran (7P), Kepentingan Konsumen, Kepuasan Konsumen