

ABSTRAK

NILAI TAMBAH, BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ROTAN (KURSI TERAS TANGGOK DAN PENGKI) DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Intan Thahara Putri

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengadaan bahan baku agroindustri rotan, (2) nilai tambah yang dihasilkan oleh agroindustri rotan kursi teras tanggok dan pengki, (3) bauran pemasaran yang diterapkan oleh agroindustri produk rotan di Kota Bandar Lampung, (4) pengaruh bauran pemasaran dan perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian produk rotan. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bandar Lampung yang merupakan lokasi dari agroindustri rotan. Jumlah responden produsen sebanyak 10 orang, sedangkan jumlah responden konsumen sebanyak 60 orang yang terdiri dari 33 responden yang melakukan pembelian produk rotan dan 27 responden yang tidak melakukan pembelian produk rotan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis nilai tambah metode Hayami dan analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pengadaan bahan baku pada agroindustri rotan di Kota Bandar Lampung sudah memenuhi syarat elemen pengadaan bahan baku lima tepat, yaitu tepat kuantitas, tepat kualitas, tepat waktu, tepat biaya dan tepat organisasi, (2) besaran nilai tambah yang dihasilkan oleh kursi teras tanggok adalah Rp 18.054,32 per set dan besaran nilai tambah yang dihasilkan oleh kursi teras pengki adalah Rp 16.613,02 per set, (3) strategi bauran pemasaran pada agroindustri rotan di Kota Bandar Lampung belum diterapkan secara maksimal karena promosi sebagai salah satu strategi bauran pemasaran belum diterapkan oleh seluruh produsen, (4) persepsi konsumen pada produk, persepsi konsumen pada promosi, faktor psikologis, faktor budaya, pendapatan dan jenis kelamin adalah variabel yang berpengaruh secara positif sementara persepsi konsumen pada distribusi berpengaruh secara negatif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk rotan kursi teras tanggok dan kursi teras pengki di Kota Bandar Lampung.

Kata kunci: bauran pemasaran, perilaku konsumen, produk rotan