

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BUAH MELON (*CUCUMIS MELO L.*) DI PT. MEKAR UNGGUL SARI BOGOR, JAWA BARAT (STUDI KASUS)

Oleh

Rangga Aldion

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : ¹bauran pemasaran buah melon, ²tingkat loyalitas konsumen buah melon, ³pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen buah melon di PT. Mekar Unggul Sari Bogor, Jawa Barat. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa PT. Mekar Unggul Sari merupakan salah satu agrowisata pertanian yang besar di Jawa Barat. Data dikumpulkan pada bulan Oktober sampai November 2018. Responden pada penelitian merupakan konsumen yang berkunjung ke Wahana Melon dan berjumlah 89 orang dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, piramida loyalitas dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran (produk, harga, lokasi dan promosi) buah melon di PT. Mekar Unggul Sari memiliki nilai rata-rata konsumen pada masing-masing variabel berada dalam kategori baik atau telah sesuai dengan harapan konsumen. Tingkat loyalitas konsumen buah melon di PT. Mekar Unggul Sari dalam penelitian berada pada *level Liking the Brand* dengan persentase 93,26%. Loyalitas konsumen buah melon di PT. Mekar Unggul Sari dipengaruhi oleh produk, harga, dan lokasi secara signifikan.

Kata Kunci : bauran pemasaran , buah melon, loyalitas konsumen

ABSTRACT

EFFECT OF MARKETING MIXES ON LOYALTY OF MELON FRUIT (*CUCUMIS MELO L*) CUSTOMERS AT PT. MEKAR UNGGUL SARI BOGOR, WEST JAVA (CASE STUDY)

By

Rangga Aldion

This study aims to analyze : ¹the marketing mix of melon, ²the level of customer loyalty to the consumption of melon fruit and ³the effect of the marketing mix on the loyalty of melon customer at PT. Mekar Unggul Sari Bogor, West Java. The location of the research was determined intentionally with the consideration that PT. Mekar Unggul Sari is one of the major agricultural agro-tourism in West Java. Data was collected in September until November 2018. Respondents in this study were customers who visited Wahana Melon amounted to 89 people using accidental sampling. The analytical methods used were descriptive analysis, loyalty pyramid and multiple linear regression. The results of the study showed that customer perceptions of the marketing mix (product, price, place and promotion) of melon at PT. Mekar Unggul Sari have an average value of customer on each variable were in good category that were in line with customer expectations. The level of consumer loyalty of melon at PT. Mekar Unggul Sari in this research was at the Liking the Brand level with percentage at 93,26. Loyalty of customer melon fruit at PT. Mekar Unggul Sari was influenced significantly by product, price and place.

Keywords: loyalty of customer, marketing mix, melon fruit