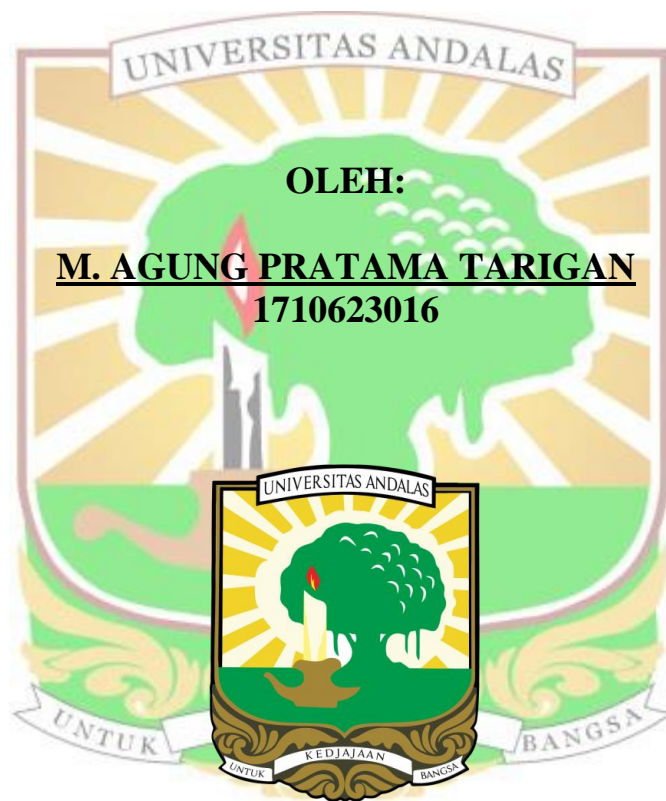


**“PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN
PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PUPUK ORGANIK
DI KOPERASI SERBA USAHA KOTA PAYAKUMBUH”**

SKRIPSI



OLEH:

M. AGUNG PRATAMA TARIGAN

1710623016

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH, 2022**

**“PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KINERJA BAURAN
PEMASARAN (MARKETING MIX) PUPUK ORGANIK DI
KOPERASI SERBA USAHA KOTA PAYAKUMBUH”**

SKRIPSI



**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pernakan Pada Fakultas Peternakan**

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH, 2022**

**“PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN PEMASARAN
(MARKETING MIX) PUPUK ORGANIK DI KOPERASI SERBA USAHA
KOTA PAYAKUMBUH”**

M Agung Pratama Tarigan, dibawah bimbingan
Elfi Rahmi S.Pt, MP dan **Aditya Alqamal Alianta S.Pt M.Sc**
Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan
Universitas Andalas Kampus Payakumbuh, 2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kinerja bauran pemasaran (*marketing mix*) pupuk organik di Koperasi Serba Usaha Kota Payakumbuh. Metode yang digunakan adalah metode survei. Penelitian dilakukan di Koperasi Serba Usaha Kota Payakumbuh. Pengambilan data di lapangan dilakukan pada bulan Juli- Agustus 2021. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan skala likert sebagai alat pengukuran data. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran produk memiliki rata-rata skor 163,11(cukup baik), pada bauran pemasaran harga skor 149,57 (cukup baik), bauran pemasaran tempat skor 167,2 (cukup baik) dan bauran pemasaran promosi skor 105 (baik). Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran promosi memiliki skor terendah diantara bauran pemasaran lainnya. Koperasi Serba Usaha harus lebih gencar melakukan promosi untuk meningkatkan profit yang dihasilkan.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Bauran Pemasaran (*marketing mix*), Koperasi Serba Usaha

