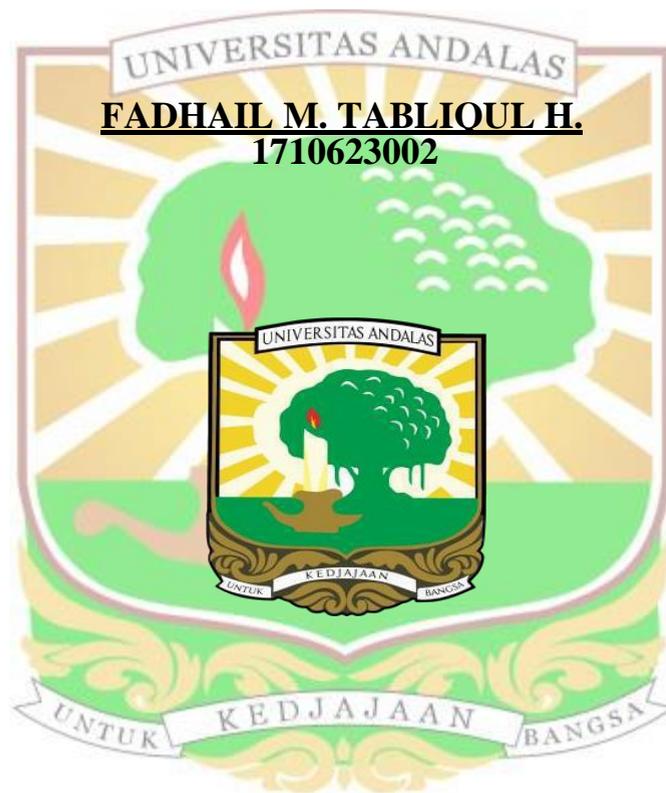


**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN  
PEMASARAN DAGING SAPI PADA *E-COMMERCE*  
SEMBAKO SAYUNARA DI KOTA SOLOK**

**SKRIPSI**

**Oleh :**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PAYAKUMBUH, 2022**

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN  
PEMASARAN DAGING SAPI PADA *E-COMMERCE*  
SEMBAKO SAYUNARA DI KOTA SOLOK**

**SKRIPSI**



**FAKULTAS PETERNAKAN**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PAYAKUMBUH, 2022**

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN  
PEMASARAN DAGING SAPI PADA *E-COMMERCE* SEMBAKO  
SAYUNARA DI KOTA SOLOK**

**Fadhail M. Tabliqul Hidayat**, di bawah bimbingan  
**Dr. Fitriyawati, S.Pt. M.Si dan M. Ikhsan Rias SE. M.Si**  
Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan Fakultas Peternakan  
Universitas Andalas Padang, 2022

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis karakteristik konsumen dan persepsi konsumen terhadap Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P (*Product, Price, Place, Promotion,*) yang diterapkan di *E-commerce* Sembako Sayunara. Metode penelitian ini menggunakan metode Survei. Penelitian ini telah dilaksanakan di *E-commerce* Sembako Sayunara di Kota Solok pada bulan Februari – Maret 2022. Analisis data yang digunakan adalah secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Responden penelitian berjumlah 32 orang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan pertanyaan terstruktur berupa kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa presentase pelaksanaan pada aspek *product* 61%, aspek *price* 70%, aspek *place* 64%, dan *promotion* 70%.

**Kata kunci** : *Persepsi konsumen, Bauran pemasaran, Pemasaran E-commerce*

