

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PRODUK GULA MERAH ASAL NAGARI BUKIK BATABUAH KECAMATAN CANDUANG KABUPATEN AGAM

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan profil usaha, bauran pemasaran dan minat beli ulang produk gula merah asal Nagari Bukik Batabuah dan (2) menganalisa pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli ulang konsumen pada produk gula merah asal Nagari Bukik Batabuah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu konsumen akhir dan konsumen industri yang mengkosumsi gula merah asal Nagari Bukik Batabuah dengan sampel sebanyak 40 orang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *accidental sampling*. Alat analisa yang digunakan adalah analisis univariat dan multivariat (regresi linier berganda). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek bauran pemasaran berupa produk, harga, tempat dan promosi gula merah asal Nagari Bukik Batabuah adalah baik dan konsumen berminat untuk melakukan pembelian ulang. Pada analisis pengaruh, semua variabel bauran pemasaran mempengaruhi minat beli ulang konsumen, dan variabel yang paling berpengaruh adalah variabel produk. Oleh karena itu, disarankan kepada produsen agar tetap mempertahankan kualitas produk seperti warna produk, kebersihan produk, rasa produk, daya tahan produk yang sudah baik. Hal yang perlu diperbaiki yaitu kemasan produk, menjaga ketersediaan produk dan melakukan promosi agar dapat meningkatkan dan mempertahankan konsumen sehingga timbulnya minat beli ulang dan terciptanya loyalitas konsumen terhadap produk.

Kata kunci : *bauran pemasaran, gula merah, minat beli ulang*

ANALYSIS OF THE EFFECT OF MARKETING MIX STRATEGY TO THE INTEREST OF CONSUMERS FOR REBUYING PALM SUGAR PRODUCT FROM NAGARI BUKIK BATABUAH, CANDUANG SUB-DISTRICT, AGAM DISTRICT

Abstract

This Research aims to: (1) Describe the business enterprise profile, marketing mix strategy and consumers rebuying interest palm sugar product from Nagari Bukik Batabuah and (2) Analyze the effect of marketing mix strategy to the interest of consumers for rebuying palm sugar product from Nagari Bukik Batabuah. This research use descriptive quantitative method. Population in this research is the last consumers and industry consumers that consume palm sugar product Nagari Bukik Batabuah. The total sampled respondents are 40 consume. The sampling method is accidental sampling. The data were analyzed by using univariate and multivariate analysis (Linier Regression Analysis). The results show that marketing mix strategy including the product, price, place, and promotion of palm sugar from Nagari Bukik Batabuah are categorized as good and consumers are interested to rebuy the palm sugar product. From the effect analysis, all variables of marketing mix strategy affect the interest of consumers rebuying the product. Among those variables, product is the most influential variable. Therefore, the producer is suggested to maintain product quality including color, cleanliness, taste, and durability of the product. However, some aspect to be improved are packaging of the product, availability of the product, promotion strategy in order to maintain and attract more costumers. Thus, increasing costumer's interests for rebuying the product and consumers loyalty.

Keyword: *marketing mix, palm sugar, rebuying interest*