

ANALISIS HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG PRODUK SAYURAN PADA KELOMPOK TANI IKHLAS JORONG BIARO NAGARI BIARO GADANG KECAMATAN AMPEK ANGKEK KABUPATEN AGAM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bauran pemasaran, profil konsumen, minat membeli ulang konsumen sayuran pada Kelompok Tani Ikhlas dan menganalisis hubungan antara bauran pemasaran terhadap minat membeli ulang konsumen sayuran pada Kelompok Tani Ikhlas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Dimana populasi yang menjadi sampel penelitian adalah konsumen akhir yang mengkonsumsi produk sayuran Kelompok Tani Ikhlas minimal dua kali dengan teknik pengambilan sampel secara *Accidental Sampling* sebanyak 30 sampel. Instrumen penelitian menggunakan kuisioner dengan model skala *likert*. Adapun metode analisa data yang digunakan yaitu dengan analisis univariat dan bivariat. Analisis bivariat dengan *Chi-square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran produk, harga, tempat dan promosi sayuran Kelompok Tani Ikhlas adalah baik dan konsumen sayuran tersebut berminat untuk melakukan pembelian ulang. Namun pada analisis hubungan, hanya bauran pemasaran produk yang berhubungan dengan minat membeli ulang konsumen sayuran Kelompok Tani Ikhlas sedangkan bauran pemasaran harga, tempat dan promosi tidak memiliki hubungan terhadap minat membeli ulang konsumen sayuran Kelompok Tani Ikhlas. Oleh karena itu, disarankan agar Kelompok Tani Ikhlas tetap mempertahankan kualitas produk yang sudah baik, meningkatkan jumlah produksi produk dan memperbaiki atribut produk seperti kemasan produk, merek produk, variasi produk dan melakukan promosi yang lebih baik. Agar bisa mempertahankan dan meningkatkan minat beli ulang konsumen hingga sampai pada tahap loyalitas konsumen terhadap produk.

Kata kunci: *Bauran Pemasaran, Minat Membeli Ulang, Sayuran*