

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN *OUTLET MILKSHAKE* DI  
KECAMATAN LUBUK BEGALUNG KOTA PADANG**

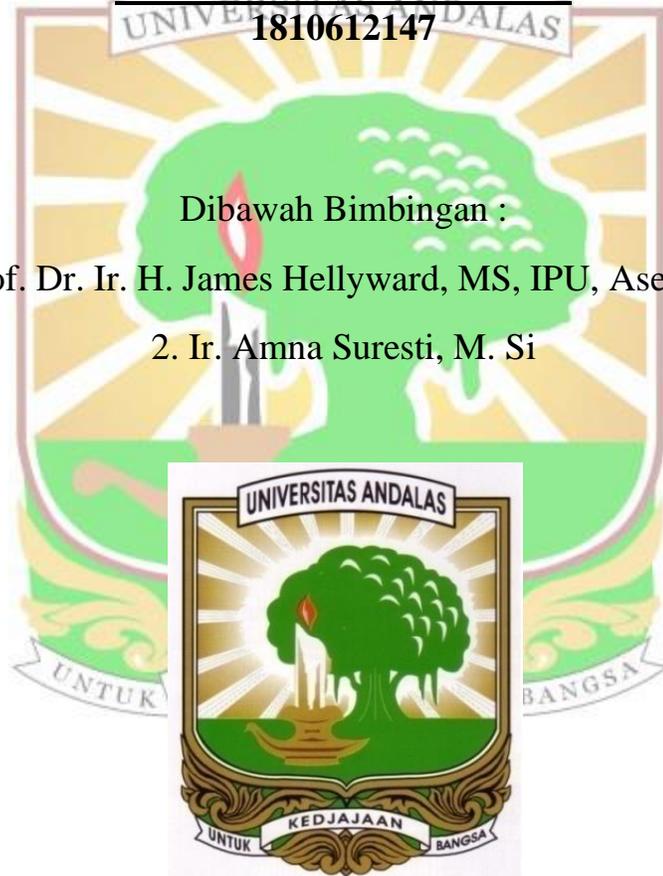
**SKRIPSI**

**Oleh:**

**MEISY DWINO FIKASARI**  
**1810612147**

Dibawah Bimbingan :

1. Prof. Dr. Ir. H. James Hellyward, MS, IPU, Asean Eng
2. Ir. Amna Suresti, M. Si



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2023**

# ANALISIS BAURAN PEMASARAN *OUTLET MILKSHAKE* DI KECAMATAN LUBUK BEGALUNG KOTA PADANG

**Meisy Dwino Fikasari**, dibawah bimbingan  
Prof. Dr. Ir. H. James Hellyward, MS., IPU., Asean Eng dan  
Ir. Amna Suresti, M.Si  
Departement Pembangunan dan Bisnis Peternakan  
Fakultas Peternakan Universitas Andalas, 2023

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bauran pemasaran (*marketing mix*) dan kendala yang dihadapi oleh *outlet milkshake* di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Penelitian ini dilakukan pada 10 *outlet milkshake* yang ada di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang yang dilakukan selama bulan Agustus-September 2022. Metode yang dilakukan pada penelitian ini yaitu metode survei dengan pengambilan objek penelitian secara sensus. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer langsung diperoleh dari wawancara dengan pemilik *outlet milkshake* yang berhubungan dengan masalah penelitian dan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, karya ilmiah, dan internet sebagai pendukung terhadap data penelitian. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Produk yang dijual menggunakan bahan baku susu pabrikan merek Diamond karena harganya paling murah. Dan untuk produk yang *milkshake* dijual kurang berkualitas karena penggunaan susu yang sedikit pada produk . Total seluruh keragaman produk terdapat 22 rasa yang dikemas menggunakan *cup* plastik dengan ukuran 12, 14, 16, dan 22 oz. Dari 10 *outlet* 8 diantaranya sudah mencantumkan merek pada produk.. Harga produk yang dijual tergolong harga pasar dan harga ditetapkan dengan metode *cost plus pricing*. Dari 10 *outlet* 8 diantaranya memberikan potongan harga untuk pembelian pada aplikasi gofood. Dan sistem pembayaran dilakukan secara tunai dan non tunai. Promosi dilakukan pada media sosial dan gofood dengan frekuensi 2-4 kali dalam satu bulan. *Outlet milkshake* tidak mengadakan anggaran promosi terhadap produknya. Saluran distribusi yang di terapkan yaitu saluran distribusi langsung dengan pemilihan lokasi yang strategis dan persediaan bahan baku yang selalu tersedia. Kendala internal yang dihadapi yaitu keterbatasan modal, kemasan yang kurang menarik, tidak bisa memanfaatkan media sosial dan teknologi untuk promosi. Sedangkan kendala eksternal yang dihadapi yaitu harga bahan baku yang tidak sama, pesaing sejenis dengan harga yang lebih rendah dan cuaca yang tidak menentu sehingga mempengaruhi daya jual produk.

**Kata kunci:** *Milkshake, Outlet Milkshake, Bauran Pemasaran (product, price, promotion, place), Kendala*