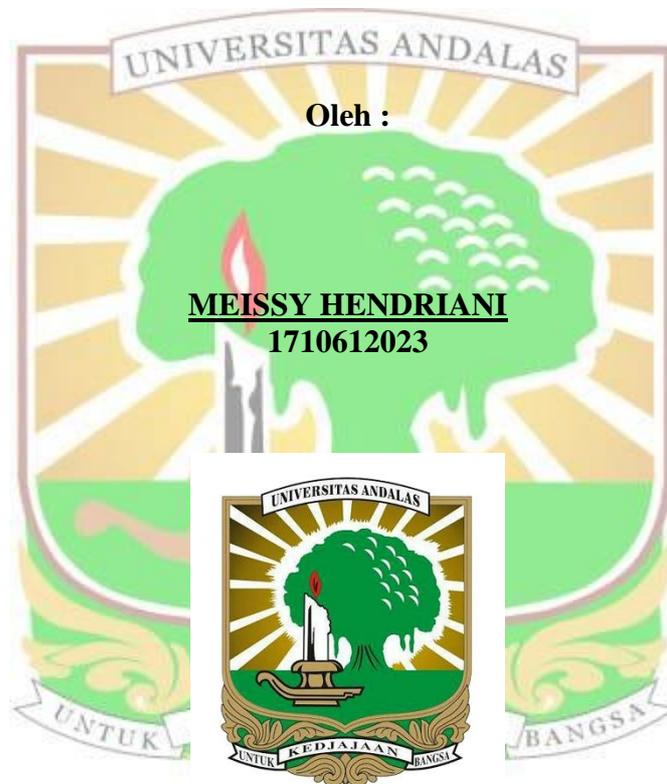


**ANALISIS PENERAPAN PEMASARAN USAHA KAMBING AQIQAH
DI KOTA PADANG : PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN**

SKRIPSI



Pembimbing :

Dr. Fitriawati, S.Pt, M.Si dan Dr. Ir. M. Ikhsan Rias, SE, M.Si

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2024**

ANALISIS PENERAPAN PEMASARAN RUMAH AQIQAH DI KOTA PADANG: PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN

Meissy Hendriani, dibawah bimbingan
Dr. Fitriawati, S.Pt, M.Si dan Dr. Ir. M. Ikhsan Rias, SE, M.Si
Departemen Pembangunan dan Bisnis Peternakan
Program Sudi Peternakan Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang 2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran rumah aqiqah di Kota Padang menggunakan pendekatan bauran pemasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey menggunakan kuisioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Populasi dalam penelitian ini adalah 14 rumah Aqiqah di kota Padang. Responden penelitian ini adalah 1 orang karyawan dari setiap populasi dengan jumlah keseluruhan sebanyak 14 orang. Data di analisa dengan analisis deskriptif pada setiap bauran pemasaran. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa rumah aqiqah di kota Padang pada aspek bauran pemasaran produk ini memiliki rata-rata skor 4,40 yang menandakan sudah sangat baik, pada aspek harga memiliki skor rata-rata 4,47 yang berarti bahwa harga produk yang ditawarkan dianggap terjangkau oleh konsumen, pada aspek lokasi memiliki skor rata-rata 4,29 yang berarti bahwa lokasi rumah aqiqah sudah strategis, dekat dengan lingkungan masyarakat dan akses transportasi umum, sementara pada aspek promosi memiliki skor 4,05 masuk dalam kategori baik yang masih perlu untuk ditingkatkan lagi. Kesimpulannya aspek produk, harga dan lokasi sudah sangat baik sementara aspek promosi masih perlu ditingkatkan lagi di rumah aqiqah Kota Padang.

Kata Kunci : *Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Lokasi, Promosi.*