

**ANALISIS KINERJA BAURAN PEMASARAN
USAHA MINUMAN KOCOK INDONESIA
DI SUMATERA BARAT**

SKRIPSI

Oleh



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

ANALISIS KINERJA BAURAN PEMASARAN USAHA MINUMAN KOCOK INDONESIA DI SUMATERA BARAT

Abstrak

Kocok Indonesia sebagai usaha minuman yang ikut bersaing di Sumatera Barat mengalami penurunan omset hingga penutupan 6 outlet yang disebabkan oleh tingginya persaingan, ketidakmampuan memenuhi kepuasan konsumen, dan implementasi bauran pemasaran yang tidak optimal. Sehingga perlu dilakukan analisis mendalam terhadap kinerja bauran pemasaran berdasarkan penilaian konsumen. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi karakteristik konsumen dengan analisis deskriptif serta menganalisis kinerja bauran pemasaran berdasarkan tingkat kepuasan konsumen dengan CSI dan IPA yang diolah dengan Microsoft Excel dan SPSS versi 30. Data diperoleh dengan survei menggunakan kuesioner kepada 175 responden di outlet cabang Padang Panjang. Hasil penelitian menunjukkan konsumen kocok didominasi perempuan (73%), usia 17-24 tahun (91%), berdomisili Padang Panjang (84%), berstatus belum menikah (93%), berpendidikan SMA (65%), sebagai pelajar/mahasiswa (84%), dengan pendapatan per bulan $\leq$ Rp500.000 (62%). Kinerja bauran pemasaran berdasarkan penilaian kepuasan konsumen berada pada kategori sangat puas, namun terdapat atribut yang memerlukan prioritas utama perbaikan yaitu ketersediaan seluruh varian menu sesuai yang tercantum di daftar menu, efektivitas materi iklan dalam menarik minat pelanggan, keragaman program diskon yang ditawarkan, kenyamanan furniture untuk pelanggan, kebersihan area tempat duduk pelanggan, dan ketersediaan tempat parkir yang memadai. Peningkatan kinerja pada atribut yang belum optimal ini menjadi langkah penting untuk mempertahankan outlet yang masih beroperasi, memperkuat posisi di pasar, serta menjaga keberlangsungan usaha.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran 7P, *Customer Satisfaction Indeks* (CSI), *Importance Performance Analysis* (IPA), Kepuasan Konsumen, Minuman Kekinian.

MARKETING MIX PERFORMANCE ANALYSIS OF KOCOK INDONESIA BEVERAGE BUSINESS IN WEST SUMATRA

Abstract

Kocok Indonesia, as a beverage business competing in West Sumatra, has experienced a decline in revenue, leading to the closure of six outlets, driven by intense competition, the inability to meet customer satisfaction, and suboptimal marketing mix implementation. Therefore, an in-depth analysis of marketing mix performance based on customer evaluations is required. This study aims to identify consumer characteristics through descriptive analysis and assess the marketing mix's performance based on customer satisfaction levels using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). Data were obtained through a survey using questionnaires distributed to 175 respondents at the Padang Panjang branch outlet. The results show that Kocok Indonesia's consumers are predominantly female (73%), aged 17–24 years (91%), residing in Padang Panjang (84%), unmarried (93%), high school graduates (65%), students (84%), and earning ≤ Rp 500,000 per month (62%). Based on customer satisfaction assessments, the overall performance of the marketing mix falls within the “very satisfied” category. However, several attributes require priority improvement, including ensuring the availability of all menu variants, Improving the effectiveness of advertising materials in attracting customers, Increasing the diversity of discount programs, enhancing the comfort of seating furniture, maintaining the cleanliness of seating areas, and providing adequate parking spaces. Improving these underperforming attributes is essential to sustain operating outlets, strengthen market position, and ensure business continuity.

Keywords: 7P Marketing Mix, Contemporary Beverages, Customer Satisfaction, Customer Satisfaction Indeks (CSI), Importance Performance Analysis (IPA).