

**ANALISIS KINERJA BAURAN PEMASARAN DAN  
KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN  
SUSU KAMBING PADAYO GOAT FARM DI  
KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**SHANDYA ANANDA PUTRA**

**2110613075**

**Pembimbing :**

- 1. Prof. Dr. Ir. James Hellyward, M.S, IPU.,  
ASEAN ENG**
- 2. Elfi Rahmi, S.Pt, M.P**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2025**

**ANALISIS KINERJA BAURAN PEMASARAN DAN  
KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN  
SUSU KAMBING PADAYO GOAT FARM DI  
KOTA PADANG**

**SKRIPSI**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2025**

# **ANALISIS KINERJA BAURAN PEMASARAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SUSU KAMBING PADAYO GOAT FARM DI KOTA PADANG**

**Shandy Ananda Putra, di bawah bimbingan  
Prof. Dr. Ir. James Hellyward, MS, IPU, ASEAN.Eng dan  
Elfi Rahmi, S.Pt, MP**

Departemen Pembangunan dan Bisnis Peternakan Program Studi  
Peternakan Fakultas Peternakan Universitas Andalas, 2025

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan pada usaha susu kambing Padayo Goat Farm. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui: 1). Karakteristik konsumen. 2). Karakteristik pembelian. 3). Kinerja bauran pemasaran. 4). Kepuasan konsumen. Penelitian ini dilaksanakan pada Mei-Juni 2025. Metode penelitian adalah survei responden 60 orang. Teknik pengambilan sampel adalah *Accidental Sampling*. Analisis data deskriptif untuk tujuan karakteristik konsumen dan karakteristik pembelian, analisis deskriptif kuantitatif untuk tujuan kinerja bauran pemasaran dan kepuasan konsumen menggunakan rumus IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*). Hasil penelitian diperoleh 45% berusia 46-65 tahun tergolong sebagai dewasa akhir, konsumen berjenis kelamin laki-laki sebanyak 60%, pendidikan terakhir SMA/Sederajat 50%, pekerjaan karyawan swasta 36,66%, pendapatan Rp.2.500.000-Rp.3.500.000 35%. Pembelian susu kambing 45% pembelian 2-4 kali/bulan, frekuensi minum susu kambing 31% sebesar 2-4 liter/bulan, dan pembelian susu kambing alasan kesehatan sebesar 75%. Hasil kinerja bauran pemasaran diagram IPA terdapat indikator yang menjadi prioritas utama perbaikan di kuadran I yaitu (varian produk yang ditawarkan), indikator yang dipertahankan di kuadran II yaitu (kualitas rasa susu kambing, kemasan, kandungan gizi dan manfaat kesehatan susu kambing, harga produk sesuai dengan kualitas yang diberikan, tempat yang nyaman dan aman untuk membeli produk, kemudahan akses informasi, indikator variabel harga, tempat), indikator perbaikan rendah di kuadran III yaitu (ketersediaan harga promo, kemudahan dalam membeli produk, ketersediaan produk saat dibutuhkan, informasi produk yang jelas di media sosial), indikator berlebihan di Kuadran IV adalah (harga bisa bersaing dengan produk dari kompetitor). Hasil kepuasan CSI 88,36%, jika didasarkan indeks kepuasan konsumen nilainya adalah 88,36% rentang skala 81- 100 yakni kriteria sangat puas.

**Kata Kunci:** Kepuasan Konsumen, Susu Kambing, Bauran Pemasaran, Padayo Goat Farm.