

# **Bauran Pemasaran Susu Olahan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Lassy Dairy Farm Kabupaten Agam**

**Adhillani Tahta Arsyika**

Program Studi DIII Manajemen Perusahaan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dharma Andalas

## **ABSTRAK**

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen produk susu olahan. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis regresi untuk menentukan pengaruh signifikan dari setiap elemen bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan strategi harga yang kompetitif merupakan faktor utama yang paling berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Distribusi yang luas dan efisien serta kegiatan promosi yang efektif juga terbukti meningkatkan kepuasan konsumen, meskipun dampaknya lebih moderat dibandingkan dengan kualitas produk dan harga. Rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut mencakup analisis yang lebih mendalam mengenai dampak interaksi antara elemen-elemen bauran pemasaran dan bagaimana hal ini dapat diterapkan dalam strategi pemasaran yang lebih holistik.

**Kata kunci: Bauran pemasaran, kepuasan konsumen, susu olahan, produk, harga, distribusi, promosi.**

# **Bauran Pemasaran Susu Olahan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Lassy Dairy Farm Kabupaten Agam**

**Adhillani Tahta Arsyika**

Program Studi DIII Manajemen Perusahaan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dharma Andalas

## **ABSTRACT**

The methodology used in this research is a quantitative survey with data collection through questionnaires distributed to consumers of processed milk products. The collected data was analyzed using the regression analysis method to determine the significant influence of each element of the marketing mix on consumer satisfaction. The research results show that product quality and competitive pricing strategies are the main factors that have the most positive influence on consumer satisfaction. Wide and efficient distribution and effective promotional activities have also been proven to increase consumer satisfaction, although the impact is more moderate compared to product quality and price. Recommendations for further research include a more in-depth analysis of the impact of interactions between marketing mix elements and how this can be implemented in a more holistic marketing strategy.

**Key words: Marketing mix, consumer satisfaction, processed milk, product, price, distribution, promotion.**