

## RINGKASAN

Sistem agribisnis terdiri atas beberapa subsistem, yaitu subsistem agribisnis/agroindustri hulu, usahatani, agribisnis/agroindustri hilir, pemasaran, dan jasa layanan pendukung. Salah satu peluang agroindustri saat ini yang prospektif adalah agroindustri buah parijoto (*Medinilla speciosa*). CV Seleksi Alam Muria merupakan salah satu agroindustri sirup parijoto yang terletak di Desa Colo, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus. Pada tahun 2021 terjadi penurunan pendapatan usaha sirup parijoto. Salah satu upaya yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi sirup parijoto adalah mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan merumuskan alternatif strategi bauran pemasaran. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran 7P. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi 1) indikator bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian sirup parijoto CV Seleksi Alam Muria. 2) tingkat kepentingan bauran pemasaran agroindustri sirup parijoto CV Seleksi Alam Muria. 3) tingkat kepuasan konsumen sirup parijoto agroindustri sirup parijoto CV Seleksi Alam Muria. 4) alternatif strategi bauran pemasaran yang dapat dipertimbangkan oleh agroindustri sirup parijoto CV Seleksi Alam Muria.

Penelitian ini dilaksanakan di CV Seleksi Alam Muria, Desa Colo, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling* dengan jumlah sampel 100 konsumen untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. *Purposive sampling* dengan jumlah informan 12 orang untuk menentukan alternatif strategi bauran pemasaran. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, *importance performance analysis*, *customer satisfaction index*, dan *swot analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) indikator bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu mutu kemasan botol, harga terjangkau, website perusahaan, lokasi dekat dengan kota, lokasi mudah terlihat, fasilitas parkir, kualitas produk, citra nama merek baik, variasi ukuran kemasan botol, harga sesuai kualitas, promosi melalui *instagram*, promosi melalui *event*, kelengkapan informasi produk, pengetahuan karyawan tentang parijoto, dan ketersediaan stok karena memiliki tingkat kepentingan lebih tinggi dibandingkan yang lain. 2) Tingkat kepentingan bauran pemasaran dari yang tertinggi ke terendah adalah *product* (kualitas produk), *price* (harga sesuai kualitas), *physical evidence* (fasilitas parkir), *people* (pengetahuan karyawan tentang parijoto), *promotion* (promosi melalui *event*), *place* (lokasi dekat dengan kota), dan *process* (ketersediaan stok). 3) Tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan adalah puas dengan persentase 70,12%. 4) Strategi bauran pemasaran yang dipertimbangkan adalah mempertahankan kualitas produk (*product*), memberikan harga sesuai kualitas (*price*), membuka lokasi gerai yang lebih luas (*physical evidence*), aktif dan konsisten melakukan promosi, terutama yang diselenggarakan di dekat pusat kota dan kesempatan dari yayasan KBN (*promotion*), menciptakan relasi distribusi produk yang lebih luas (*place*).

## SUMMARY

Agribusiness system consists of several subsystems, namely the upstream agribusiness/agro-industry subsystem, farming, downstream agribusiness/agro-industry, marketing, and supporting services. One of the current prospective agro-industrial opportunities is the parijoto agro-industry (*Medinilla speciosa*). CV Seleksi Alam Muria is one of the parijoto syrup agro-industries located in Colo Village, Dawe District, Kudus Regency. In 2021, there was a decrease in the income of the parijoto syrup business. One effort made to maintain the existence of parijoto syrup is to determine the level of consumer satisfaction and formulate alternative marketing mix strategies. The variables used in this study are the 7Ps of the marketing mix. This study aims to identify 1) marketing mix indicators that influence the purchasing decision of CV Seleksi Alam Muria's parijoto syrup. 2) the importance level of the marketing mix for CV Seleksi Alam Muria's parijoto syrup agro-industry. 3) consumer satisfaction levels with CV Seleksi Alam Muria's parijoto syrup. 4) alternative marketing mix strategies that can be considered by CV Seleksi Alam Muria's parijoto syrup agro-industry.

This research was conducted at CV Seleksi Alam Muria, Colo Village, Dawe District, Kudus Regency, Central Java. The sampling technique employed is convenience sampling with a sample size of 100 consumers to assess the level of importance and satisfaction. Purposive sampling with a sample size of 12 informants is used to determine alternative marketing mix strategies. The data analysis methods used include descriptive analysis, validity testing, reliability testing, importance-performance analysis, customer satisfaction index, and SWOT analysis.

The results of the study show that 1) marketing mix indicators influencing purchasing decisions include bottle packaging quality, affordable price, company website, proximity to the city, easily visible location, parking facilities, product quality, good brand name image, bottle packaging size variations, quality-appropriate prices, Instagram promotions, event promotions, product information completeness, employee knowledge about parijoto, and stock availability because they have a higher level of importance compared to others. 2) The importance level of the marketing mix from highest to lowest is product (product quality), price (quality-appropriate prices), physical evidence (parking facilities), people (employee knowledge about parijoto), promotion (event promotions), place (proximity to the city), and process (stock availability). 3) The overall consumer satisfaction level is satisfactory with a percentage of 70.12%. 4) Considered marketing mix strategies are maintaining product quality (product), providing quality-appropriate prices (price), opening larger store locations (physical evidence), actively and consistently promoting, especially those held near the city center and opportunities from the KBN foundation (promotion), creating a broader product distribution network (place)..