

## RINGKASAN

PT Hidroponik Agrofarm Bandungan (HAB) merupakan perusahaan di bidang pertanian yang terletak di Kabupaten Semarang. Salah satu produk unggulan yang dimiliki adalah Tomat Cherry. Tomat Cherry saat ini menjadi salah satu komoditi yang digemari oleh masyarakat, hal tersebut menjadikan PT Hidroponik Agrofarm Bandungan untuk senantiasa berusaha meningkatkan kinerja dan pelayanannya agar dapat bersaing secara kompetitif dengan perusahaan sejenis lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran produk Tomat Cherry PT HAB, 2) Menganalisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut bauran pemasaran Tomat Cherry PT HAB, dan 3) Menentukan strategi untuk perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen produk Tomat Cherry PT HAB.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari - Maret 2020. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan *accidental sampling*. Responden yang dituju adalah konsumen produk tomat cherry yang melakukan pembelian produk di Kios Granari Fresh. Analisis Data yang digunakan adalah *Customer Satisfication Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

Hasil penelitian menunjukkan: 1) Tingkat kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran tomat cherry adalah sebesar 83,91% berada pada kategori sangat puas, 2) Atribut yang memiliki prioritas tinggi untuk diperbaiki adalah ketersediaan lahan parkir dan kemudahan mengakses lokasi, dan 3) Peningkatan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan menyediakan lahan parkir khusus pengunjung Kios Granari Fresh serta membuat papan nama kios yang dilengkapi dengan pencahayaan dan informasi mengenai jam operasional kios serta menempatkannya di luar lokasi kios atau di gerbang utama kompleks sekolah Theresiana.

## SUMMARY

*PT Hidroponik Agrofarm Bandungan (HAB) is a company in agriculture which is located in Semarang Regency. One of the excellent products it has is Cherry Tomato. Cherry Tomato is currently one of the commodities favored by the public, this makes PT Hidroponik Agrofarm Bandungan to always try to improve its performance and services in order to compete competitively with other similar companies. This study aims to: 1) Analyze the level of consumer satisfaction with the marketing mix of Cherry Tomato PT HAB products, 2) Analyze the level of importance and level of performance attributes of the Cherry Tomato PT HAB marketing mix attribute, and 3) Determine the strategy for the company in increasing consumer satisfaction of Cherry Tomato products PT HAB.*

*The method used in this research is the case study method. This research was conducted in February to March 2020. This research was conducted with a sample size of 100 respondents by accidental sampling. The intended respondents were consumers of cherry tomato products who purchased products at the Granari Fresh Store. The analytical method used is the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA).*

*The results showed: 1) The level of consumer satisfaction with the cherry tomato marketing mix was 83.91% in the very satisfied category, 2) Attributes that had high priority to be improved were the availability of parking lots and ease of accessing locations, and 3) Increased consumer satisfaction can be done by providing a special parking space for visitors to the Granari Fresh Store and making a store nameplate that is equipped with a lighting and information about operating hours and placing it outside the store location or at the main gate of the Theresiana school complex.*