

RINGKASAN

Industri minuman teh merupakan salah satu sub sektor industri pengolahan non migas yang sangat potensial untuk dikembangkan. Salah satu pelopor industri teh terbesar di Indonesia adalah PT Sinar Sosro dengan merek produknya 'Teh Botol Sosro'. Dalam menjangkau konsumen Teh Botol Sosro secara nasional membentuk Kantor Penjualan Wilayah (KPW). Salah satu kegiatan utama yang dilakukan setiap KPW adalah menangani kegiatan promosi media lini bawah (*bellow the line*). Kegiatan promosi media lini bawah setiap KPW berupa penyesuaian strategi promosi di masing-masing wilayah. Faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam membeli minuman kemasan teh botol sosro merupakan studi terhadap sistem pemasaran yang terbentuk dari suatu perusahaan (Bauran Pemasaran). Pemasaran biasanya dihadapkan pada masalah produk, harga, promosi dan tempat yaitu berapa dan bagaimana bauran tersebut ditetapkan, hal ini agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik. Pada umumnya tidak seluruh variabel pemasaran yang digunakan oleh perusahaan akan dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu penelitian yang dapat mengetahui variabel bauran pemasaran yang mempengaruhi tingkatan permintaan, dan variabel mana yang paling dominan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap permintaan dan manakah dari keempat variabel bauran pemasaran yang paling berpengaruh terhadap permintaan.

Lokasi penelitian di Perumahan Taman Wisma Asri Kota Bekasi, yang dilakukan pada bulan 7 Oktober sampai 15 November 2016. Jumlah masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 50 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey*. Metode pengambilan sampelnya adalah *Accidental Sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, dan analisis Regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua Variabel bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap permintaan, namun variabel yang berpengaruh terhadap permintaan teh botol sosro secara signifikan yaitu variabel promosi dan variabel harga.

Kata kunci: bauran pemasaran, produk, harga, distribusi/tempat, promosi, permintaan.

SUMMARY

The tea beverage industry is one of the non-oil and gas processing sub-sectors that is potential to be developed. One of the pioneers of the largest tea industry in Indonesia is PT Sinar Sosro under its brand name 'Teh Botol Sosro'. In reaching consumers Bottle Bottle Sosro nationally established Regional Sales Office (KPW). One of the main activities undertaken by each KPW is to handle bellows the line. The promotion of down-line media of each KPW is an adjustment of promotion strategy in each region. Factors that influence the community in buying bottled tea bottle drink is a study of marketing system that is formed from a company (Marketing Mix). Marketing is usually faced with the problem of product, price, promotion and place of how and how the mix is set, this is so that the desired goal can be achieved well. In general, not all marketing variables used by companies will be considered by consumers in deciding to buy a product. Therefore, it takes a research that can know marketing mix variables that affect the level of demand, and which variable is the most dominant. The purpose of this study is to find out how big the influence of marketing mix to demand and which of the four marketing mix variables that have the most influence on demand.

The location of research in Housing Park Wisma Asri Bekasi City, conducted on October 7 to November 15, 2016. The number of people who become respondents in this study as many as 50 people. Research method used is survey method. The sampling method is Accidental Sampling. The analysis method used is descriptive analysis, and multiple linear regression analysis.

The results showed that all marketing mix variables have an influence on demand, but the variables that berkruh against demand sosro bottle tea is a significant variable promotion and price variables.

Keywords: marketing mix, product, price, distribution / place, promotion, request.