

ANALISIS BAURAN PEMASARAN DENGAN METODE (7P) PADA PRODUK PASTA GIGI DENTOVA DI SUPERMARKET MEDAN

Yustin Kirana ¹⁾, Sri Wahyuni Tarigan, ST., M.Pd ²⁾

Program Studi Teknik Industri

Fakultas Teknologi dan Ilmu Komputer Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa pasta gigi dentova ini memiliki manfaat yang bukan hanya sekedar cuma untuk membersihkan gigi atau memutihkan gigi pada umumnya. Dan menganalisis apakah para konsumen puas akan pasta gigi tersebut. Dengan mengambil sampel sebanyak 50 konsumen yang ada di supermarket medan yang sedang membeli berbagai pasta gigi dan penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan informasi melalui beberapa pertanyaan yang diajukan pada responden dan melakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan melakukan wawancara pada responden dengan langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para konsumen menyukai harga yang relatif terjangkau pada semua kalangan pembeli dan tempat untuk membeli produk tersebut relatif mudah dicari di supermarket yang ada di medan akan tetapi, karena kurangnya promosi maka ada sebagian besar masyarakat tidak mengetahui apa manfaat dari pasta gigi tersebut dan merek pasta gigi tersebut susah di ingat.

Kata Kunci : Bauran pemasaran, Kepuasan , Keputusan Pembelian

MARKETING MIX ANALYSIS METHOD (7P) ON DENTOVA TOOTH PASTE IN MEDAN SUPERMARKET

Yustin Kirana ¹⁾, Sri Wahyuni Tarigan, ST., M.Pd ²⁾

Industrial Engineering Study Program

Faculty of Technology and Computer Science, University of Prima Indonesia

ABSTRACT

This study aims to determine that this dentova toothpaste has benefits that are not just for cleaning teeth or whitening teeth in general. And whether consumers are satisfied with the toothpaste. By taking a sample of 50 consumers in Medan supermarkets who are buying various toothpastes and the type of research used is research conducted to collect information by compiling a list of questions asked of respondents and collecting data using questionnaires and interviews with questions and answers directly with the respondent. The results showed that consumers like relatively affordable prices for all buyers and the place to buy these products is relatively young to be sought in supermarkets on the market. However, because of the lack of promotion, most people do not know what the benefit of toothpaste and brand of toothpaste is hard to remember.

Keywords: Marketing Mix, Satisfaction, Purchasing Decision