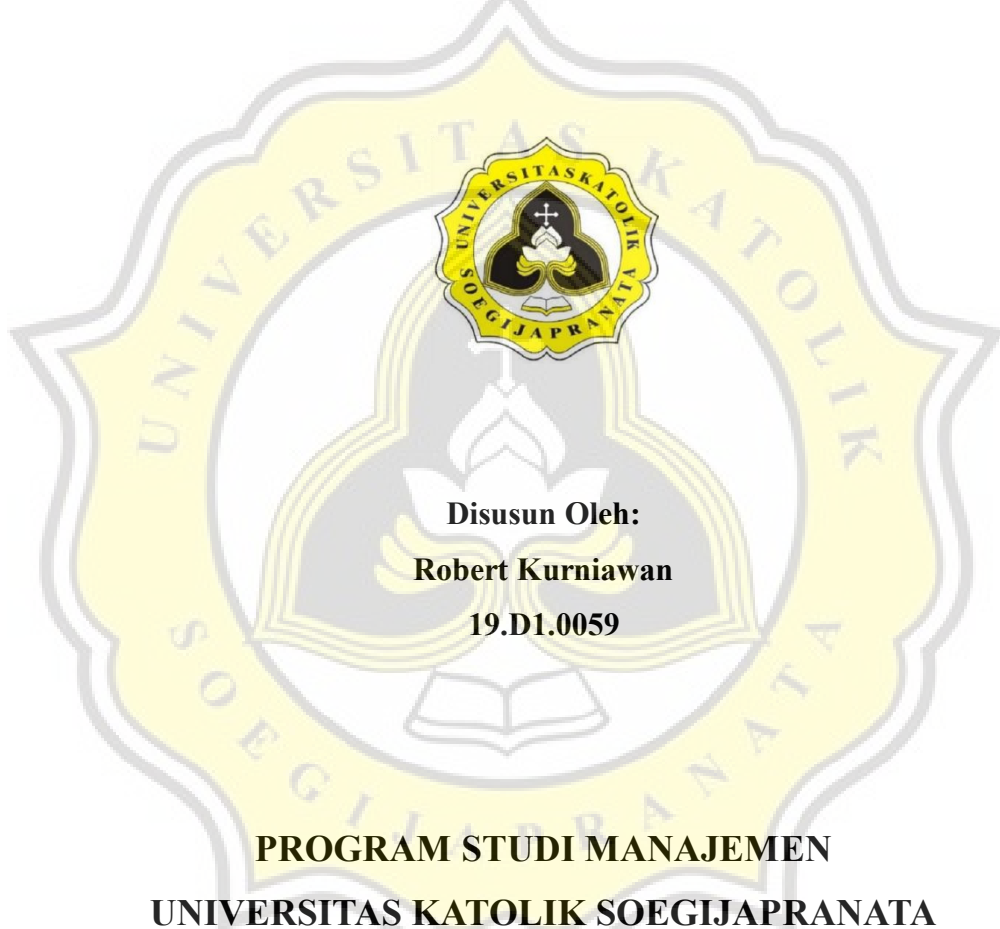


**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN
PEMASARAN (7P) PADA BAKSO ANEKA SEMARANG DAN
STRATEGI YANG DILAKUKAN PADA BAKSO ANEKA
SEMARANG**

SKRIPSI



**Disusun Oleh:
Robert Kurniawan
19.D1.0059**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN
PEMASARAN (7P) PADA BAKSO ANEKA SEMARANG DAN
STRATEGI YANG DILAKUKAN PADA BAKSO ANEKA
SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun Oleh :

Robert Kurniawan

19.D1.0059

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi responden mengenai 7P yang terdiri *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process* pada Bakso Aneka Semarang. Teknik sampel menggunakan purposive sampling yaitu konsumen yang pernah makan di Bakso Aneka minimal 2 kali. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis data menggunakan statistik deskriptif. Hasil penelitian menyatakan setiap dimensi 7P termasuk dalam kategori tinggi.

Kata kunci : *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*

ABSTRACT

This study aims to determine respondents' perceptions of the 7Ps which consist of product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process at Bakso Aneka Semarang. The sampling technique uses purposive sampling, namely consumers who have eaten at Bakso Assorted at least twice. Data collection using a questionnaire. The data analysis tool uses descriptive statistics. The results of the study stated that each of the 7P dimensions was included in the high category

Keywords: *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*