

ABSTRAK

ANAK AGUNG AYU UTTARI KARTIKA DEWI KARANG, Analisis Strategi Bauran Pemasaran Buah Naga dengan Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (Studi Kasus Pada Perusahaan Sabila Farm, Yogyakarta). Dibimbing oleh BUDIARTO dan AGUS SURATA. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kriteria yang memiliki bobot tertinggi yang terpilih sebagai prioritas strategi bauran pemasaran pada Perusahaan Sabila Farm dengan menggunakan metode AHP, untuk menganalisis alternatif yang menjadi prioritas strategi bauran pemasaran pada Sabila Farm dengan menggunakan metode AHP, serta untuk mengetahui kondisi lingkungan eksternal sebagai acuan strategi Perusahaan Sabila Farm dilihat dari sudut pandang *expert* perusahaan yaitu *owner* Sabila Farm. Kriteria AHP yang digunakan dalam penelitian ini adalah komponen bauran pemasaran 7P yaitu *price*, *product*, *place*, *promotion*, *process*, *physical evidence* dan *people*. Metode dasar yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode pelaksanaan penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dari seluruh aspek bauran pemasaran, kriteria terbaik yang memiliki bobot tertinggi adalah kriteria *product* dengan bobot kriteria sebesar 0,28. Berdasarkan seluruh aspek bauran pemasaran alternatif strategi terbaik yang memiliki bobot tertinggi adalah adopsi dan inovasi teknologi dengan bobot kriteria sebesar 5,53. Serta berdasarkan seluruh aspek lingkungan eksternal didapatkan kesimpulan bahwa Sabila Farm cenderung mengandalkan kekuatan internal perusahaan dalam hal ini menciptakan keunggulan bersaing lewat produk yang dihasilkannya dan terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas, kuantitas dan variasi produknya.

Kata kunci: Strategi Bauran Pemasaran 7P, *Analytical Hierarchy Process*

ABSTRACT

ANAK AGUNG AYU UTTARI KARTIKA DEWI KARANG, Analysis of Marketing Mix Strategy for Dragon Fruit Using Analytical Hierarchy Process Method (Study Case at Sabila Farm, Yogyakarta). Guided by Budiarto and Agus Surata. This research aims to analyze the criteria which has the highest weight were chosen as priorities the marketing mix in the Sabila Farm by using AHP, to analyze alternative priority marketing mix strategy in Sabila Farm by using AHP, as well as to determine the condition of the external environment as Sabila Farm benchmark company strategy from the perspective of the owner Sabila Farm. AHP criteria used in this study is a component of the marketing mix 7P (price, product, place, promotion, process, physical evidence and people). The basic method used is descriptive method. The implementation method used in this research is a case study. Results from the study showed that of all aspects of the marketing mix, the best criterion which has the highest weight is the product criteria with criteria weight of 0.28. Of all aspects of the marketing mix best strategic alternatives which have the highest weight is the adoption and technology innovation with criteria weight of 5.53. As well as from all aspects of the external environment was concluded that Sabila Farm tend to rely on the company's internal strength in this case creating a competitive advantage through the products it produces and constantly innovating to improve the quality, quantity and variety of its products.

Keywords: Strategy Marketing Mix 7P, Analytical Hierarchy Process