

KAITAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA “EC” EJEN CITY PRINTING JEMBER

Disusun oleh :
Resi Ayu

Fakultas Ekonomi Program Sudi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Jember

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis kaitan bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan secara simultan dan parsial. Teori yang dipakai pada penelitian ini adalah teori manajemen pemasaran, teori produk, teori harga, teori tempat, teori promosi, dan teori kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan pada pelanggan EC Printing Jember. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode purposive sampling dengan sampel 50 orang responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (explanatory). Alat uji yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan perangkat lunak SPSS versi 20.00. Hasil Uji t dan uji F menunjukkan bahwa produk (0,010), price (0,003), place (0,036), dan promotion (0,008) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, dan produk, price, place, dan promotion berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan (0,000). Uji regresi menunjukkan bahwa produk (0,645), price (0,649), place (0,713) dan promotion (0,512) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan uji koefisien determinasi sebesar 95,0% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh produk, price, place, dan promotion sedangkan 5,0% sisanya dipengaruhi variable lain di luar penelitian.

Kata Kunci : produk, harga, tempat, promosi dan kepuasan pelanggan

ANALISIS BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ROTI FATIMAH BAKERY PATRANG JEMBER

Dinda Puspitasari

Universitas Muhammadiyah Jember

ABSTRAK

Penelitian dengan judul Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Fatimah Bakery Patrang Jember bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh variabel harga, produk, lokasi dan promosi secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Roti Fatimah Bakery Patrang Jember, serta mengetahui variabel lokasi yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Roti Fatimah Bakery Patrang Jember.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada responden, yaitu konsumen Roti Fatimah Bakery Patrang Jember. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling. Untuk analisis data, penulis menggunakan analisis linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dinyatakan bahwa variabel harga, produk, lokasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Roti Fatimah Bakery Patrang Jember baik secara bersama-sama/simultan maupun parsial. Selain itu, hasil pengujian juga menyatakan bahwa variabel produk yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Roti Fatimah Bakery Patrang Jember adalah variabel lokasi.

Kata kunci : harga, produk, lokasi, promosi dan kepuasan pelanggan

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PRODUK SARI AYU
(Studi pada Mahasiswi Angkatan 2012 – 2013 Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Jember)**

**Oleh:
Siti Khotija
NIM 12.10.411.103**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Sari Ayu di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, harga, lokasi dan promosi terhadap kepuasan konsumen produk Sari Ayu. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 60 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, harga, lokasi dan promosi, semuanya berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dari uji t diperoleh hasil kualitas produk, harga, lokasi dan promosi, semuanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari uji F diperoleh hasil kualitas produk, harga, lokasi dan promosi, semuanya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan kepuasan konsumen

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Pada Bengkel AHASS MPM Motor Kediri)

**SUCI
WULANSARI
(11.1.02.02.0088)**

**Fak. Ekonomi – Prodi
Manajemen**

**UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI
KEDIRI**

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang hasil pengamatan dan pengalaman peneliti, bahwa Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun promosinya. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di bengkel AHASS MPM Motor Kediri.

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel AHASS MPM Motor Kediri pada Tahun 2015. (2) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel AHASS MPM Motor Kediri pada Tahun 2015. (3) Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel AHASS MPM Motor Kediri pada Tahun 2015. (4) Apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel AHASS MPM Motor Kediri pada Tahun 2015 secara simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan data keadaan yang sebenarnya. Data berupa angka-angka yang dijumlahkan. Uji hipotesis ke 1 Untuk Pelayanan menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.436 dengan taraf signifikansi 0.039. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis H_1 "Pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan" diterima. Uji Hipotesis ke 2 Untuk Harga menunjukkan nilai t hitung sebesar 4.255 dengan taraf signifikansi 0.015. Taraf signifikansi hasil sebesar 0.015 tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_a dan menolak H_0 . Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis H_2 "Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan" diterima dan uji hipotesis ke 3 Untuk Lokasi menunjukkan nilai t hitung sebesar 1.985 dengan taraf signifikansi 0.045. Taraf signifikansi hasil sebesar 0.045 tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_a dan menolak H_0 . Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis H_3 "Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan" diterima

Berdasarkan penelitian dapat ditarik simpulan bahwa Harga memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan pelanggan Ahass MPM Motor Kediri.

Kata kunci: Pelayanan, Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan