

ABSTRAK

Perusahaan percetakan di Indonesia berkembang dengan pesat, baik dalam skala kecil, menengah maupun skala besar. Perkembangan ini juga terjadi di Kabupaten Lumajang, dimana terdapat berbagai perusahaan percetakan dalam jumlah yang cukup banyak. Salah satu perusahaan percetakan yaitu CV. Semesta berusaha memperkenalkan perusahaannya dengan komunikasi pemasaran terpadu, menjaga citra perusahaan dan juga menjamin kepuasan pelanggannya untuk tetap dapat bersaing di pasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh komunikasi pemasaran terpadu dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Semesta kabupaten Lumajang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di CV. Semesta yang berjumlah 200 pelanggan. Teknik sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 70 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dinilai dengan skala *likert* yang sudah diuji coba dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis didapat bahwa nilai hasil uji F dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 131,586 lebih besar dari F_{tabel} 3,14. dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diketahui secara simultan variabel komunikasi pemasaran terpadu dan citra perusahaan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV. Semesta di Kabupaten Lumajang.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

Printing companies in Indonesia are growing rapidly, both on a small, medium and large scale. This development also occurred in Lumajang Regency, where there are a large number of various printing companies. One of the printing companies, namely CV. Semesta tries to introduce its company with integrated marketing communications, maintain the company's image and also guarantee customer satisfaction to remain competitive in the market. The purpose of this study was to examine the effect of integrated marketing communications and corporate image on customer satisfaction in CV. Semesta Lumajang district. The population in this study were customers at CV. Semesta that netted 200 subscribers. The sampling technique used is simple random sampling, with a total sample of 70 respondents. Data was collected using a questionnaire that was assessed with a Likert scale that had been tested and met the validity and reliability requirements. The analysis was performed using multiple linear regression. The results of the analysis obtained that the value of the F test results can be seen that the Fcount value is 131.586 which is greater than Ftable 3.14. with a significance level of $0.000 < 0.05$. So that it can be seen simultaneously that the variables of integrated marketing communication and company image have a significant effect on customer satisfaction CV. The Universe in Lumajang Regency.

Keywords: Integrated Marketing Communication, Corporate Image, and Customers

